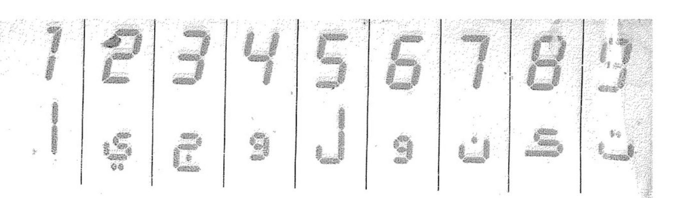
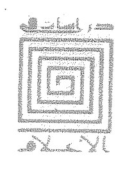
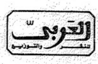




تكنولوجيا الاتصال والثقافة

(بين النظرية والتطبيق)

د. عبدالفتاح عبدالنبى



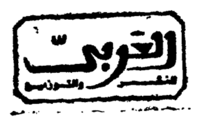


تكنولوجيا الاتصال والثقافة

بين النظرية والتطبيق

دكتور

عبد الفتاح ابراهيم عبد النبي




بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

مما لا شك فيه ، اننا نعيش عصر الاتصـــال ، وهذا العصر يتميز بتطور هائل فى التكنولوجيا وبتفجر المعلومات وتدفقها بصورة لم يألفها او يكن يحلم بها الجنس البشرى من قبل . فالثورة الاتصـــالية التى يشهدها عالم اليوم تنطوى على امكانيات غير محددة لتعاظم وتوالد المعرفة والمعلومات والاسراع فى نشرها وتداولها ، وفى طرح تأثيراتها الثقافية فى صورة ملحة . وقد لا يجد الفرد فى المجتمع مهربا او ملاذا ليحمى ذاتيته فى وجه تلك التأثيرات المتتالية والمتعاظمة . ومن الصعوبة بمكان تصـــور انســـان حقبة التسعينيات يعيش فى عالم اليوم دون ان يتأثر بدرجة او بأخرى بتقنيات الإتصـــال الحديثة .

ومع هـــذه الثورة الاتصالية ، والتى قاربت ذروتها مؤخرا من خلال البث التليفزيونى المباشر والوشيك عبر الاقمـــار الصـــناعية وتزايد المخـــاوف من التأثيرات الثقافية لهذا التطور التكنولوجى على المجتمعات المحلية ، اعيد طرح قضية العلاقة بين الاتصال والثقافة ، وتزايد الاهتمام بهذه القضية مؤخرا ، سواء على صفحات الصحف والمجلات المتخصصة ، او من خـــلال الندوات والاجتماعات العـــامة ، التى عقدت لمنـــاقشة قضـــايا التبعية الثقـــافية ، والغزو الثقافى وحمـــاية الذاتية الثقافية ازاء التهديدات التى تحملها تقنيات الاتصـــال الحديثة .

بيد أن المتتبع لســـير المناقشات فى هـــذا الجانب وللآراء والأفكار التى طرحت خلالها ، يلاحظ غلبة الأحكام الانطباعية والذاتية الشديدة فى عرض ومناقشة هـــذا الموضوع وتحليل العلاقة بين الاتصـــال والثقافة ، وتفاوت الآراء فى هـــذا المجال بين التهوين الشـــديد من تأثير تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة على الثقافة المحلية ، والتهويل المفرط من تأثير هذه التكنولوجيا ، بين من يرى فى البث المباشر مثلا اثراء للثقافة المحلية ، وأن هذه الثقـــافة بحكم

ميراثها التاريخي والحضـــارى قادرة على استيعاب وتطويع كل ما هو وافد أو غريب ، وبين من يرى عكس ذلك ، ويؤكد مخاطر هــذا البث على الثقافة المحلية ، وتدمير جهــود التنمية . وبين هذا وذاك تغيب الموضوعية والرؤية العلمية ، التى تستند على البيانات والمشاهدات الواقعية .

لذلك رأينا ، ان يأتى اسهامنا فى المناقشات الدائرة فى هــذا المجال من خلال دراسة ميدانية نسعى من خلالها للحصول على بيانات واقعية تســاعد على فهم افضل لأبعــاد العلاقة بين الاتصال والثقافة والوقوف على حقيقــة التأثيرات الثقافية التى ترتبت حتى الآن على دخــول وانتشــار تكنولوجيا الاتصــال الجديدة فى المنــاطق المحليــة وبالذات فى القرية المصرية ، محل اهتمامنا العلمى ، والتى شهدت فى السنوات الأخــيرة تغــيرات اجتمــاعية وثقافية واضـــحة من المفيد ان نقف على اســـهام تقنيات الاتصال فيها .

لقد انتشرت تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة فى مجتمع القرية ، واصبح لا يكاد يخلو بيت واحد من بيوت القرويين من وســيلة اتصالية او اكثر ، حيث توجد وبكثافة ملحوظة اجهزة الراديو والتليفزيون والجرائد والمجلات والفيديو واجهزة التسجيل ومكبرات الصــوت والتليفون . واصبح السؤال يطرح وبالحــاح عن الطريقة التى يتعامل بها القرويون مع أجهزة الاتصــال الحديثة . وحقيقــة التأثيرات الثقافية التى احدثتها هذه الأجهزة فى مجتمع القرية وتأثير ثقــافة القرويين ذاتهــا على عمليات هــذه الأجهزة وطريقــة استخدامهم لها ، وهى تساؤلات مهمــة فى اطــار ما هو مطروح حاليــا من قضــايا على الساحة الثقافية والاعلامية .

وقد كان من المفيد قبل أن نبدأ عملنــا الميدانى مناقشة وتوضيح بعض الجوانب النظرية المرتبطة بموضوع الاتصــال والثقافة حيث عرضنا لمفهوم الاتصــال وأنماطه وعملياته وللمحاولات المختلفة التى بذلت لفهم ودراسة هذه العمليات من خلال فكرة النموذج ، مع تقديم رؤية نقــدية لهذه المحاولات ، والاجتهاد فى تقديم رؤية نظرية بديلة تأخذ فى اعتبارها أوضاع وظروف الواقع المحلى . واهتــم البحث بعد ذلك بمناقشة مفهوم تكنولوجيا الاتصال ولطريقة توظيف، هذه التكنولوجيا فى المجتمعات النامية . وعرض للمداخل النظرية المختلفة

لدراســـة وفهم تأثيرات هـــذه التكنولوجيا على ارض الواقع ، ولاوجـــه القوة والضعف فى كل مدخل وانتهت المناقشة فى هـــذا الجانب الى بلورة واضـــحة للمحددات الفاعلة فى تأثير تكنولوجيا الاتصال فى المجتمعات المحلية .

وانتقل البحث بعـــد ذلك ، لمنـــاقشة مفهوم الثقافة وللعلاقة بين هـــذا المفهوم ، ومفهوم الاتصـــال ، ودور الأخير فى مجال الترويج الثقـــافى ، وجرى تسليط الضـــوء هنـــا على قضـــية البث المباشر ، وللتأثيرات المحتملة للثقافات الوافدة عبر تقنيـــات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وقد ســـاهم كل ذلك ، فى تعميق الرؤية النظرية للبحث ودعم قدرته على على بلورة الاطـــار النظرى الذى جرى على ضـــوءه تحديد أهـــداف البحث وصياغة تساؤلاته ، وتصـــميم ادواته المنهجية بصورة افضل ، والتى انعكست فيما خلص اليه العمل الراهن من نتائج ميدانيـــة مهمة ، نأمل ان تكون مفيـــدة للمهتمين بقضـــايا الاتصـــال والثقافة فى مصر والعالم العربى .

عبد الفتـــاح عبد النبى

فى ١٩٩٠/٥/١٧

الفصل الأول

الاتصال (المفهوم والعملية)

الفصل الأول

الاتصال (المفهوم والعملية)

اذا كان العمل الراهن ينهض لبحث العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والثقافة ، فان بحث هذه العلاقة وفهم ابعادها وجوانبها المختلفة ، يستوجب التعرض لبعض التساؤلات التى تثار بداية حول ماهية الاتصال الذى نقصده ، وطبيعة عملية الاتصال وانماطها ومهمة هذا الفصل هى مناقشة هذه الجوانب ومحاولة بلورة رؤية واضحة حولها تكون منطلقا لفهم عمليات الاتصال ومناقشة الآثار المترتبة عليها على الثقافة المحلية وهو الهدف الاساسى من وراء هذا العمل .

١ — مفهوم الاتصال :

أصبح مفهوم الاتصال من المفاهيم المحورية فى تراث العلوم الانسانية ومناقشاتها حيث ظهرت فى العقود الأخيرة العديد من الكتابات المتخصصة فى الاتصال أو متضمنة له فى ثناياها . بيد أن المتتبع لهذه الكتابات ، يلاحظ أن المصطلح يأخذ معانى متباينة لدى أصحاب التخصصات المختلفة . كما أن استخدامه يتراوح بين التضيق الشديد أحيانا والتوسع الشديد ؛ ففى حين يقصر البعض استخدام الاتصال على مجال النشاط الانسانى يمتد هذا الاستخدام لدى البعض الآخر ليشمل دراسة جميع اشكال النشاط بما فيها الاتصال بين الحيوانات بل وحتى أحيانا الآلات[١] .

ويتناول الباحثون فى مجال علم النفس الاتصال باعتباره نسقا جماعيا يؤثر بطريقة أو بأخرى فى العلاقات المتبادلة بين اعضاء الجماعة وآرائهم واتجاهاتهم ، فنجد باحثا مثل « وارن » (Warren) يعرف الاتصال بأنه :« نقل انطباع أو تأثير من منطقة الى أخرى دون النقل الفعلى لمادة ما أو انه يشير الى نقل انطباعات من البيئة الى الكائن وبالعكس أو بين فرد وآخر »[٢] .

---

(١) ابراهيم امام ، **الاعلام والاتصال بالجماهير** ، القاهرة ؛ مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨١ ، ص ٣٧٦ .

(٢) انظر :

Wibur Schramm, **Men, Messages and Media**, New York, Harpers & Row Publishers, 1973, P. 3.

ووفقا لهذا الفهم ، فان أى تغيرات تحدث داخل الكائن الحى نتيجـــة لمؤثر ما سواء كان داخليا أو خارجيا،فانه يعنى أن ثمـــة اتصـــال قد وقع .

وينظر علمـــاء الاجتماع ، الى الاتصـــال باعتباره ظاهرة اجتماعية وقـــوة رابطة (binding force) لها دورها فى تماسك المجتمع وبنـــاء العـــلاقات الاجتماعية . وهنا يؤكد (شرام) : « ان المجتمع الانســـانى يقوم على مجموعة من العلاقات قوامها الاتصال ، وان ما يجمع الأفراد ليس قوى غيبية او سحر او قوى مطلقة وانمـــا هى علاقات الاتصـــال(١) . التى هى ضرورة من ضرورات الحيـــاة الاجتماعية ذاتهـــا ، وفى هـــذا الاطار يعرف « احمد أبو زيد » الاتصال بأنه : « العملية التى يتم بمقتضـــاها تكوين العلاقات بين اعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم هـــذا المجتمع وطبيعـــة تكوينـــه وتبـــادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيمـــا بينهم »(٢) . وهو ذات الفهم الذى يقدمه « محمود عوده » الذى عرف الاتصال بأنه : « العملية أو الطريقة التى تنتقل بها الافكار والمعلومات بين النـــاس داخل نســـق اجتماعى معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه »(٣) . بمعنى ان هذا النسق الاجتماعى قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين او جمـــاعة صـــغيرة او مجتمع محلى او مجتمع قومى أو حتى مجتمع انســـانى .

ويعرف الاتصـــال فى التربية — كمـــا يرى « جـــون ديوى » بأنه عمليـــة مشـــاركة فى الخبرة بين شخصين او اكثر حتى تعم هذه الخبرة وتصبح مشـــاعا بينهم يترتب عليه حتمـــا اعادة تشكيل وتعديل المفاهيم والتصورات السابقة لكل طرف من الأطراف المشتركة فى هذه العملية(٤) . وهنا نجد «ديوى» يؤكد على معنيين فى فهمه لماهية الاتصال هما :

١ — الخبرة . ٢ — المشاركة فى الحصول على الخبرة .

---

(١) انظر فى ذلك : Wibur Schramm, ibid, P. 5.

(٢) انظر فى ذلك :

أحمد أبو زيد ، **الاتصال** ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العـــدد الثانى سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ٥ .

(٣) انظر فى ذلك :

محمود عوده ، **أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى** ، القـــاهرة ، مكتبة سعيد رأفت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ ص ٥ .

(٤) انظر فى ذلك :

John Dewey, **Democracy and Education, An introduction to the philossophy of Education,** The Macmillan Company, N.Y., 1959, P. 31.

فعملية التدريس ليست مجرد التقاء مدرس بطلبته وتقديمه لبعض المعلومات ولكنها لقاء خبرتين حول موضوع الدرس خبرة المدرس التى اكتسبها بعد أن مر بمواقف متعددة اكسبته خبرة غنية متكاملة حول الموضوع الذى يقوم بتدريسه ، وخبرة التلميذ التى اما انها معدومة او جزئية ولكنها فى اغلب الأحيان لا تساوى خبرة المدرس . ومن الضرورى على المدرس أن يهيىء للتلميذ الفرصة لكى ينمى مجال خبرته حتى تشبه خبرته أو تقترب منها وهنا يتحقق الاتصال ويتم التفاعل بينهما(١) .

هذا المعنى الذى يقدمه « ديوى » للاتصال فى مجال التربية يطرحه ايضا « كيرث ليفن » وان كان بصورة تبدو مختلفة ، حيث يرى « ليفن » أن الاتصال هو العملية التى يمكن بواسطتها نقل التغير الذى يحدث فى احدى مناطق المجال السلوكى الى منطقة اخرى ، ويقال عن اى منطقتين فى المجال انهما متواصلتان اذا كان التغير فى حالة احداهما يترتب عليه حدوث تغير فى حالة اخرى(٢) .

وفى علم السياسة ، اصبح مصطلح الاتصال يتردد كثيرا فى كتابات الباحثين فى هذا العلم ، باعتباره مفهوما محوريا لا يقتصر فهمه فقط على اساس أنه مجرد وظيفة للنظم السياسية ، او نظاما يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم السياسية والثقافية والاجتماعية ، وانما ايضا باعتبار ان الاتصال هو المادة التى تتكون منها العلاقات الانسانية وهنا تصبح دراسة الاتصال ذات مغذى كبير فى اطار العملية السياسية على اختلاف مجالاتها(٣) .

وفى مجال الاعلام ، تزايدت فى العقود الاخيرة غزارة استخدام الباحثين فى كتاباتهم لمصطلح الاتصال ، وعادة ما يظهر المصطلح فى الكثير من هذه الكتابات مقرونا بكلمة اخرى من قبيل : الاتصال الاعلامى ، الاتصال المباشر ، الاتصال بالجماهير ، الحق فى الاتصال ، ديمقراطية الاتصال ، وسائل الاتصال ، علم الاتصال ... الخ ، وطرحت فى هذا الصدد مجموعة من

---

(١) حسين حمدى الطوبجى ، التكنولوجيا والتربية ، الكويت دار القيم ، ١٩٨٨ ص ٣١ .

(٢) زيدان عبد الباقى ، **وسائل واساليب الاتصال** ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، ١٩٧٩ ص ٣١ .

(٣) عبد الغفار رشاد ، **دراسات فى الاتصال** ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٤ ص ٤ .

التعريفات المتباينة للاتصـــال لا بأس من التعرض لبعضـــها لفهم توجهـــاتها ومدلولاتها ومصدر التناقض فيها :

— **الاتصـــال** : هو بث رسائل واقعية او خيالية موحدة على أعداد كبيرة من النـــاس يختلفون فيمـــابينهم من النواحى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون فى مناطق متفرقة(١) .

— **الاتصـــال** : هو النشاط الذى يستهدف تحقيـــق العمومية او الذيوع او الانتشار او الشيوع او المألوفية لفكرة او موضوع او منشأة او قضية عن طريق انتقال المعلومات او الافكار او الاراء او الاتجاهات من شخص او جماعة الى اشخاص او جمـــاعات باستخدام رموز ذات معنى موحـــد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين(٢) .

— **الاتصال** : هو العملية التى يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة فى مضـــامين اجتماعية معينة ، وفى هذا التفاعل يتم نقل افكار ومعلومات بين الافراد عن قضية معينة او معنى مجرد او واقع معين(٣) .

— **الاتصال البشرى** : هو علاقة متبادلة بين المرسل والمســـتقبل وان كلا منهما يقوم بعمل المرسل والمستقبل فى آن واحد ، وذلك بالنسبة لنفســـه وبالنسبة للآخر(٤) .

وواضـــح من مثل هذه التعريفات وغيرها درجة التباين فى تحديد اساتذة وخبراء الاعلام لمـــاهية الاتصال ، ويعود هذا التباين — فى تقديرنا — الى عدم وجود ارضية مشتركة ينطلق منها الباحثون فى هذا المجال لتحديد مدلول الكلمة، ويمكن هنـــا ان نرصد عاملين :

الأول : لا يوجد ثمة اتفـــاق مسبق عند تعريف الاتصال على حجم نسق الاتصال المعنى بالتعريف ، ويؤدى ذلك كمـــا هو واضح من التعريفات السابقة

---

(١) ابراهيم امام ، الاعلام والاتصـــال بالجمـــاهير ، **مرجع ســـابق** ، ص ٢٧ .

(٢) سمير حسين ، **الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام** ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٨٤ ص ٢١ .

(٣) جيهان شتى ، **الأسس العلمية لنظريات الاعلام** ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ص ٥٣ .

(٤) انشراح الشـــال ، مدخل فى علم الاجتماع الاعلامى ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥ ص ٧٣ .

الى من يفهم الانصال باعتباره اتصــال بالجماهير الغفيرة ، ومن ثم فهو لديه بث رسائل الى هذه الجماهير ، أو تحقيــق الذيوع والعموميــة لفكرة ما بين قطاعات الجماهير المختلفة او من يفهم الاتصال على انه لقــاء او تفاعل بين شخصين وبالتالى فهو عملية تفاعل بين مرسل ومتلقى أو تبادل للمعلومات بينهمــا فى آن واحــد .

والثــانى : يوجد خلط وعدم تمييز عادة بين العمليــة التى يتم منخلالها الوصول الى الطرف الآخر وابلاغه بمضامين معينــة وبين فاعليــة النشـــاط الاتصالى ومدى التجاوب مع عملية الابلاغ ، اى خلط بين مفهوم الاعلام ومفهوم الاتصال . ومن المؤكد ان الحالة الأولى هى « اعلام » ، حيث تسير المــادة الاتصــالية هنــا فى اتجاه واحد . وان الحــالة الثانية هى « اتصال » حيث يتحقق التفاعل والتجاوب بين المرسل والمتلقى فى ذات الوقت .

فاذا ما فهم الأمر على انه تجاوب وتفاعل ومشـــاركة بين طرفين وليس مجرد ابلاغ من طرف لطرف آخر ، فانه يمكن فهم الاتصال على انه :

« العملية المستمرة التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين افراد المجتمع وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم . وعندما تأخذ هــذه العملية طابعا جمــاهيريا والذى يتم من خلال وســائل تطورت لهذا الغرض ، فان الاتصـــال فى هذه الحالة يفهم على انه النشـــاط الذى من خلاله يتم نقل مضامين اعلامية او خيالية الى جمهور معين يراد توصيلها اليه وبالوســـيلة التى تكفل تحقيق افضل تأثير ممكن » .

وبتضمن هــذا الفهم لماهية الاتصال عدة ملاحظات عن طبيعة الاتصال من المفيد ابرازها هنــا وهى :

١ — ان الاتصـــال ايا كان حجمه وشـــكله ، فانه عملية ، ومعروف ان العملية صــفة تطلق على اية ظاهرة تتغير بشــكل مســتمر ومتواصــل خلال فترة من الزمن[1] . وهذه السمة للاتصال محل اتفاق بين الباحثين باعتبار ان الاتصال عملية اساسية فى حياة المجتمع وان لها عناصرها المتعددة والمتغيرة التى تتفــاعل معــا لتحديد كفــاءة ومصــير العملية الاتصــالية ، ويعنى فهم الاتصال كعملية ، أن لهذه العملية ســمات انسانية اساسية ، فهى مستمرة لا تتوقف أو تتجمد عند نقطة معينة ، وانهــا على درجة عاليــة من المرونة والديناميكية ، وانهــا قد تدور حول حادثة أو واقعة معينة ، ومع ذلك لا تحددها ولا تقيدها حدود الفهم الاتصــورات وادراكات الاطراف المشــاركة فى العملية

(١) احمــد أبو زيد ، الاتصـــال ، مرجع سابق ص ٥ .

وانه متى بدات هـــذه العملية فانه لا يمكن القيـــام بها مرة اخرى او اعادتها على نفس النحو لانه لا توجد بداية واضحة محددة او نهاية حاسمة لهـــذه العملية(١) .

٢ ــ ان التفاعل المتبـــادل بين طرفى الاتصـال عنصر مهم لتمييز الاتصـال حيث يشير التفاعل هنـــا الى اننا لسنا ازاء عملية نقل من جانب واحد وانما ازاء تبـــادل مشترك للمؤثرات المتوالية او توجه متلازم لكل شـخص متواصل نحو الاشـخاص الآخرين ونحو موضـوع تفاعلهم الاتصالى(٢) .

٣ ــ ان هنـــاك فرق بين عملية الاتصـــال كعملية دينامية ومتغيرة وبين مـــادة الاتصـــال ، فمـــادة الاتصال تختلف وتتباين من حيث الموضـوع ومن حيث الهدف ، كمـــا ان النشـــاط الاتصـــالى لا عـــلاقة له بتوصيل المعنى ، لان المعانى لا يتم نقلها او توصيلها وانمـــا الرسائل هى التى يتم نقلها وتبادلها بين اطراف الاتصـــال وتأخذ عـــدة اشـــكال او تمر فى عـــدة قنـــوات لذلك كالصور او الموجات الصوتية او المرئية او اللغـــة المكتوبة او المسموعة وليس فى هذه الرســـائل معنى فى حد ذاتها ، ولكن المعنى والدلالة لهذه الرســـائل تحدث عند مستقبل الرســـالة ، فهو الذى يفك رموزها وهو الذى يكون لهذه الرسالة معنى ، وهو الذى يعطى للالفاظ دلالتها (٣) .

٤ ــ ان اللغة عنصر فاعل فى تحقيق الاتصـــال ، بل هى اداة الاتصـال الرئيسية ، فهى المراة التى تعكس الفكر ، وتحدد نطاق تفكير الفرد وقدرته على وضـع الرموز وفكها ، ولذلك يعرف البعض اللغة بأنها وسـيلة التعبير عن الافكار وتوصيلها او تبادلها(٤) فالكلمات ليست الا رمـــوزا تدل على اشـــياء معينة وبذلك فهى تختلف عن مجرد الاصوات التى تصـــدر بغير قصد ولا تحمل فى بعض الاحيـــان على الاقل معنى محددا ، وبقدر ما يملك الانسان ناصية اللغة يكون فى امكانه خلق الاتصـــال وتوصـــيل ما يدور فى ذهنه من افكـــار وآراء او ما يريد نقـــله من معلومات للاخرين .

---

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات فى الاتصال ، **مرجع سابق** ، ص ٤٨ .

(٢) طلعت منصـــور ، **سيكلوجية الاتصـــال** ، عـــالم الفكر ، المجـــلد الحادى عشر ، العـــدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨٠ ص ١٠٧ .

(٣) انظر فى ذلك :

David K. Berlo, The Process of Communication : an introduction to Theory and Prictice, Holt, Rinehart and Winston, N.Y, **1960.**

(٤) احمـــد ابو زيد ، الاتصـــال ، **مرجع ســـابق** ص ٧ .

ومعروف أن الفرد يكتسب لغته خلال عملية التنشـئة الاجتمـاعية من البيئة التى يعيش فيهـا ، وأن عوامل اجتماعية واقتصادية وسلالية عـديدة تتداخل اثناء هذه العملية لتؤدى الى تفـاوت افراد المجتمع فى ادراكهم اللغـة وما تحمله من معـانى ورموز ، وبقدر تقـارب الحصيلة اللغوية ودلالتهـا لدى طرفى الاتصـال وتوحد مجال الخبرة المشتركة بينهمـا ، ساعد ذلك على اتمـام عملية الاتصـال فى سهولة ويسر ، والعكس يصبح صحيحا ايضا فى هذه الحـالة ، فمعرفة المواطن العربى اللغة الالمـانية مثـلا تعـد شرطا ضروريا لاتمـام عملية الاتصال بينه وبين المواطن الالمانى .

ونتيجة للدور البالغ الذى تلعبه اللغـة فى عملية الاتصـال وتحـديد مصيرها ، فان الرقابة التى عـادة ما تفرض على أساليب وقنوات الاتصـال فى المجتمعات المختلفة كثيرا ، ما تمتد لتشـمل ايضا اللغـة المسـتخدمة فى الحديث وتوصـيل مادة الاتصـال باستخدام الاتصـال لغة معينة بطريقة معينـة ، بل وانتقاء كلمـات والفـاظ ومصطلحات معينة بالذات من تلك اللغة لاستخدامها فى مواقف معينة ، تساعد مسـاعدة فعـالة اما فى الابقـاء على الاوضـاع والقيم السـائدة فى المجتمع او على ادخال قيم وافكار جديدة يراد لهـا ان تذاع وتنتشر بين افراد المجتمع ، وهـذا من شـانه التـأثير سلبا او ايجابا على التماسك والتضامن والتكافل فى المجتمع . وهذا ما دعـا الباحثين والكتاب الى تأكيد ضرورة توفير جدية التعبير عن الفكر وجدية ابداء الراى خلال عمليـات الاتصـال .

٥ — عنـد مستوى العمل الجماهيرى واستخدام الوسائل التكنولوجية كوسيط لنقل المـادة الاتصـالية يقترب مفهوم الاتصـال من مفهوم الاعـلام فالاتصـال الجماهيرى — على عكس بعض التعريفات السابق عرضها آنفا — لا يعنى فى جميع الاحوال اتصـال بمعنى التفاعل والتجـاوب والمشـاركة فى المعنى وانمـا قد يأخذ طابع الاعلام بمعنى النقل والتوصيل او الابلاغ دون شرط التفاعل أو التجاوب فالوسائل تنحو نحو اختيار جماهيرها ، كمـا أن الجماهير تختار من بين الوسائل(١) . فضـلا على أن الاسـتجابة والتجـاوب لدى المتعرضين أو المتلقين من افراد الجمهور قد تكون محدودة أو غير واردة فى احيـان كثـيرة بمـا يعنى الاتصـال لم يكتمـل أو يتحقق وانه اقتصر على مجرد الاعلام او الابلاغ .

---

(١) وليلم ل. ريفرز ، **وسائل الاعلام والمجتمع الحديث** ، ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ص ٣١ .

٦ — ان القدرة على الإتصال عنصر مهم لفهم الإتصال وضمان تحقيقه وتمييزه عن الاعـلام ، ذلك أن التجاوب والتفاعل والمشاركة فى المعنى الذي يميز الاتصـال ، يتطلب توافر قدرات متشابهة أو حتى متقاربة بين طرف الموقف الاتصـالى المرسـل والمتلقى سواء كان ذلك على مستوى الاتصـال بين شخصين أو الاتصـال الجمـاهيرى وتدخل هنـا الهوية والخبرة ، والمركز الاجتماعى والثقافة والامكانات المـادية ... الخ كمتغيرات فاعلة فى تحديد هـذه القدرة ، فاذا تدنت هذه القدرة لدى احد الاطراف (المتلقى مثلا) وهذا أمر وارد ومألوف فى الحيـاة العملية ، وبالذات فى المجتمعات المتخلفة ، انتفى الاتصـال ، واصبحت العملية اقرب الى النشاط الإعلامى منه الى الاتصال وهذا ، على ما يبدو ، هو احد الأسباب التى تكمن وراء التمسك الشـديد فى المجتمعات النامية بمفهوم الاعلام وتفضيل لستخدامه على مفهوم الاتصال ، حيث تتفاوت قدرات الافراد على الإتصال ، وحيث يتم السـيطرة على النشـاط الاتصـالى — كمـا هو الحال فى الاعلام ، وتوجيهه وجهة معينة .

٧ — ان الاتصـال عملية معقدة لها عنـاصرها المتعـددة والمتداخلة ، ابرزها على سبيل التبسيط ، المصـدر ، اى الشخص او الجماعة التى تبادر بارسال الرسالة ويطلق على مثل هـذا الشخص او تلك الجمـاعة مفهـوم المرسل او المتصل ويتولى هذا المصدر مهمة وضع الكود أو ترميز الرسالة . ومحتوى الرسـالة او رموزها ، والاداة اى الوسيط المسـتخدم فى عمليـة نقل الرسالة ، والمتلقى أو مستقبل الرسالة الذى يتـولى مهمـة فك الكـود وتفسير رموز الرسـالة واخيرا الاستجابة التى يعكسها المتلقى بعد الانتهاء من مهمته ويضـاف الى هـذه العناصر الرئيسية متغيرات أخرى عـديدة سعى الباحثون الى وصفها وتحديدها ، سوف نناقشها فيما بعد ، ولكن ما يهمنا هنـا هو الاشـارة الى اننا لا يمكن ان نفهم جانبا واحدا من هذه العنـاصر بمعزل عن العناصر الاخرى . كمـا ان التغير فى أحد هذه العناصر ، قد يؤدى الى تعديل فى الاتصال ككل ، وكمـا يرى « كولمان ومارش » فان الاتصـال قد ينهار او يصبح عديم الفاعلية عنـد اى عنصر من هذه العناصر . ومن ثم فان فهمـا افضل للاتصـال انمـا يكـون وليـدا للاهتمـام بكل عنصر من العنـاصر المكونة للاتصـال(١) .

---

(١) انظر فى ذلك :

Sereno, K., Nortensen, C., Foundation of Communication Theory, N.Y. Harper & Row Pub., 1970, P. 5.

ثانيـا : انماط الاتصال وعملياته :

تتعدد قنوات وأنواع الاتصـال وفقا للمعيـار المستخدم في هذا المجال، وعـادة ما يصنف الباحثون في المجال الاعلامي الاتصال وفقا لمعيار مركب من عنصرين : حجم الاتصال وأداة الاتصال . ووفقا لهذا المعيار يوجد :

(أ) **الاتصال الذاتي** : بمعنى ان المرسل والمتلقي شخص واحد ويتم الاتصال داخل الفرد ذاته ، ويحدث عندما يتحدث الفرد مع نفسه كما هو الحال حين يقلب الفرد في ذهنه أفكاره وآراءه الخاصة او حين يدرس ذاته ويضعها موضع التحليل والنقد والمحاسـبة والمؤاخذة . وهذا النوع من الاتصال يحظى باهتمـام البـاحثين وبالذات في مجال علم النفس ، حيث يدور الاهتمام هنا حول دراسة عمليات الادراك واكتساب المعاني وتفسيرها والعوامل المؤثرة في ذلك .... الخ(١) .

(ب) **الاتصـال الشخصي** : وهو الاتصال الذي يتم بين فردين بصورة مباشرة دون وسـيط ، ويمارس الفرد هذا النوع من الاتصـال في مجرى الحياة اليومية مع الآخرين من اهله واصدقائه وزملائه حينما يتبادل التحية مع احدهم او يتناقش مع آخر في امر من امور الحياة .... الخ . ويطلق البعض على هذا النوع من الاتصـال الاتصال الطبيعي أو العـادي بين الافراد(٢) . ويميزه في ذلك عن الاتصال الشخصي الرسـمي الذي يتولى خـلاله احد الافراد الرسميين او مندوبوا التغيير الاتصال بالأفراد المحليين بغية اقناعهم بتبني فكرة او سلوكا معينـا ترغبه السلطات الحكومية . وتكمن اهمية هذا التمييز فيمـا تشير اليه الابحاث الميدانية بأن الاتصال

---

(١) للوقوف على عرض مفصل لبعض النماذج النظرية التي سعت لفهم هذا النوع من الاتصـال، انظر :

جيهان رشتي ، الاسس العلمية لنظريات الاعـلام ، مرجع سابق ص ص ٩٣ — ١١٩ .

(٢) صلاح عبد المتعال ، التنمية الثقافية بين اتصال المشاركة والاعـلام الجمـاهيري ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الأعـلام ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مـايو ١٩٨٣ ص ١٤ .

الشخصى الطبيعى أو العادى بين الافراد أكثر تأثيرا من الاتصال الشخصى الرسمى(١) .

(جـ) **الاتصال الجمعى** : وهو الاتصال الذى يتم بين شخص واحد وبين جماعة محددة من الأفراد يجمعهم مكان واحد أو تربطهم علاقة واحدة أو موضوع واحد كما هو الحال فى الالتقاء مع طلبة مدرسة واحدة . أو اثناء محاضرة أو ندوة(٢) وفى هذا النوع من الاتصال مثلما هو الحال فى الاتصال الشخصى تتحقق المواجهة بين الطرفين المرسل والمتلقى دون وسيط تكنولوجى .

(د) **الاتصال الجماهيرى** : وهو الاتصال الذى يتم بين المصدر (فرد أو مؤسسة) وجماهير غفيرة وغير متجانسة عبر وسيط تكنولوجى، حيث لا يتحقق عامل المواجهة المباشرة ويتسم الاتصال بالتعقيد الشديد .

وقد يكون هناك أشكال أخرى للاتصال مثلما هو الحال فى الاتصال بين جماعة واخرى أو بين دولة ودولة أخرى أو بين منظمة أو هيئة دولية واخرى محلية أو بين الاحزاب بعضها البعض ... الخ . كما قد توجد أسس أخرى مختلفة لتصنيف الاتصال بخلاف حجم الاتصال وأدواته ، كأن يصنف الاتصال الى نمط منظم ونمط غير منظم(٣) ، ويقصد بالنمط المنظم كل تلك الاجهزة والمؤسسات التى تؤسس وتقام بقصد نقل المعلومات والافكار وتوصيلها الى الناس وهنا تندرج الصحف والاذاعة ، والتليفزيون والسينما ومكاتب تنظيم الاسرة ومؤسسة الارشاد الزراعى تحت نمط الاتصال المنظم أو الرسمى ، بينما يشير النمط غير المنظم الى الانتقال التلقائى للافكار والمعلومات مثلما هو الحال فى انتقال الاخبار والافكار والثرثرات بين الناس فى تفاعلاتهم اليومية الروتينية .

وأيا كانت أنماط الاتصال والمعيار المستخدم فى تحديد هذه الانماط ، فاننا سوف نقصر الحديث هنا على نمطى الاتصال الشخصى والجماهيرى

---

(١) نادية سالم ، **أثر التعاون بين وسائل الاعلام واجهزة الخدمات على التنمية الريفية** ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ، ١٩٨١ .

(٢) يوسف مرزوق ، **مدخل الى علم الاتصال** ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨ ، ص ٤٢ .

(٣) محمود عوده ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، **مرجع سابق** ص ٢٦ .

نظرا لاهميتهما بالمنظور الاعلامى من جهـــة ولاعتقادنا ان كافة انماط الاتصـــال الاخرى تندرج بصورة او باخرى فى ثناياهما من جهة ثانية .

١ — الاتصـــال الشخصى :

يعرف الاتصال الشخصى بأنه العملية التى يتجـه الاتصـــال من خلالها الى الافراد او المجموعات المستهدفة بطريقة مباشرة بحيث يلتقى فيها القـــائم بالاتصـــال والملتقى او الملتقين وجها لوجه فى عملية تفاعلية بينهما(١) دون عوامل او قنوات وسيطة وفى هذه الاثناء ينشـــأ بين الطرفين علاقة متبـــادلة ذات اتجاهين يقوم خلالها كل طرف بدور المرسل والملتقى فى نفس الوقت . ومن امثلة هـــذا النوع من الاتصـــال المحادثات اليومية بين اعضـــاء الاسرة والجيران او الاصـــدقاء وزملاء العمل واللقاءات الجمـــاعية والاســـتشارات والمقـــابلات والحلقات الدراسية ... الخ .

ويعتبر هـــذا النوع من الاتصـــال اقرب اشـــكال الاتصـــال او هـــو الشكل الطبيعى المألوف للاتصـــال وبالذات فى المجتمعـــات الاقل تقـــدما وفى المناطق التى تزداد فيها درجة الاميـــة وانخفاض المستوى الثقافى مثل المناطق الريفيـــة والشـــعبية ، ويمكن تلمس ذلك فى الحياة الفعلية من خلال العديد من المؤشرات من بينها ، ارتفاع درجة التقدير والاحترام من جانب الافراد فى المجتمع المحلى للافراد الاكثر ثقافة ويطلب الاستماع الى آرائهم وأفكارهم ، وتأثير نفوذ كبار السن وبعض الفئـــات المهنية فى المجتمـــع المحلى على الرغم من انخفاض مستواها المعرفى والثقافى .

ويمكن ان نستمد ملاحظاتنا على هـــذا النوع من الاتصـــال من خـــلال معايشتنا لمواقعه فى مختلف المجالات ، حيث تزداد كثـــافة ظهـــور قنـــوات الاتصـــال الشـــخصى فى الريف والحضر على الســـواء ففى الريف تمثل المصطبة الملتصقة بجدران بيوت القرويين موقعا دائما وخصبا لتبـــادل الآراء والخبرات والاســـمار والحكايات بينما يمثل الدوار فى بيت العمدة والمندرة فى بيوت الاغنيـــاء شكلا آخر لتبادل الاتصـــال الشـــخصى ، وتلعب القيـــادات المحلية الرســـمية وغير الرسمية دورا تأثيريا مهما خلال هذه اللقـــاءات .

كمـــا تتزايد الاتصـــالات الشـــخصية فى المنـــاطق الريفيـــة والبدوية بشكل اساسى فى زوايا العبادة والمساجد والمضايف الملاحيـــة والجمعيـــات

---

(١) صـــلاح عبد المتعال ، مرجع ســـابق ص ١٤ .

التعاونية الزراعية والمقاهي ودكاكين البقالة والحياكة فضلا عن مناسبات الموالد والأفراح ، والمآتم ... الخ .

وعادة ما تستقى المعلومات والاخبار خلال اللقاءات في هذه الاماكن من من القيادات المحلية كوعاظ المساجد ، ونظار المدارس وبعض المدرسين ومهندسي الري والزراعة والاطباء والممرضات والقابلات وحلاق القرية وبعض دعاة الطرق الصوفية والجماعات الدينية والسياسية فضلاً عن العمد والمشايخ وممثلي الحكومة ورجال الأمن ، ومؤخرا أصبحت أجهزة الأعلام مصدر مهم لتغذية هذه القنوات بالمعلومات والأفكار حول مجريات الأحداث القومية العالمية .

وفي المناطق الحضرية ، تتواجد المواقع شبه الدائمة كمجال لممارسة الاتصال الشخصي مثل المقاهي والنوادي ومواقع تجمعات العمال في المصانع ونواديها ومطاعمها وتجمعات الطلاب في المدارس والجامعات وجمعيات النشاط الاهلي والنقابات العمالية والمهنية ، هذا فضلا عن دور العبادة كالمساجد والكنائس . كما تتواجد المواقع المؤقتة كتجمعات النوادي لفئات الشباب ، والمباريات الرياضية ، وأيضا مواقع الاتصال اللحظي الناجمة عن تزاحم المواصلات وصفوف المجمعات الاستهلاكية وغيرها .

وتجري عمليات الاتصال الشخصي او المواجهي في شتى اشكال مواقع التجمعات السابقة ، وهناك العديد من الافكار العامة التي تنساب داخل هذه التجمعات خاصة التي تخفيها وسائل الأعلام الجماهيري ، وتختلط بالشائعات ايضا النكات ذات الدلالة الاجتماعية والسياسية(١) .

ويتميز الاتصال الشخصي بعدة سمات من المفيد هنا ابرازها وهي :

١ — محدودية عدد الافراد الداخلين في علاقة الاتصال حيث يفترض الا يتجاوز عدد الافراد هنا عن (٤٥) فردا ، فاذا زاد عن ذلك تفقد الاتصال ورابطة كثافة العلاقات المتبادلة والمتجاوبة توافر عنصر المواجهة ونشر المعلومات في اتجاهين التي تميز الاتصال الشخصي .

٢ — عدم وجود وسيط تكنولوجي لنقل الرسالة موضوع الاتصال وعادة النطق والتواصل الرئيسية منها هي اللغة التي تحمل المعاني والرموز المباشرة لها والتي تميز الاتصال

(١) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٥

٣ — توافر مراقبة مباشرة ومتبادلة بين المرسل والمتلقى نتيجة لتوافر عنصر المواجهة واختفاء الوسيط التكنولوجى ومحدودية العلاقة .

٤ — القدرة على انتقاء المتلقى والظرف الاتصالى عالية ، كما ان كفاءة المعلومات المعطاة خلال عملية الاتصال عالية ايضا(١) .

٥ — حدوث ترجيع اثر فورى ومباشر فى الموقف الاتصالى حيث يستطيع المرسل ملاحظة نتائج اتصاله على المتلقين بصورة فورية ومباشرة .

٦ — توافر عنصر التلقائية والمرونة ، كما يصعب تجنب او تفادى الاتصال الشخصى نتيجة لعلة احتمال توقع الافراد لمحتواه وبالتالى ندرة هذا النوع من الاتصال على السيطرة على العمليات الانتقائية لدى الجمهور .

٧ — للرقابة الشخصية اهمية بالغة فى هذا النوع من الاتصال لا تقل عن المحتوى او مضمون الاتصال ذاته ، وقد اوضح « لازر سفيلد » أن الناس يستطيعون جذبا بعضهم البعض الى انشطة متنوعة نتيجة لعلاقاتهم الشخصية وعلى ذلك فان تأثيرهم يذهب الى ابعد من محتوى اتصالاتهم كذلك فان العلاقات الشخصية تستطيع احيانا أن تؤدى الى حصول الفرد على مكافآت معينة نتيجة لقبوله رسالة معينة او تؤدى الى العكس بأن تزيد من العقوبات التى قد تلحق به نتيجة عدم قبوله الرسالة .

ونتيجة للبساطة والتلقائية ، والرقابة الشخصية ، والترجيع الفورى والمباشر ، والمرونة ومحدودية أطراف التفاعل التى يتميز بها الاتصال الشخصى ، داب العديد من خبراء الاتصال والاعلام الحديث عن فاعلية هذا الاتصال وقدرته البالغة على تغيير الاتجاهات ودفع الافراد لتغيير مواقفهم واتخاذ القرار فى الاتجاه الذى يريده المصدر او مسئولوا التغيير وهو التصور الذى يفتقد الى التاييد الميدانى فى احيان كثيرة ، ذلك أن الاتصال الشخصى شأنه شأن بقية انماط الاتصال الاخرى ، محكوم بواقع حضارى وسياقات اجتماعية معينة . فهذا الاتصال قد يتم السيطرة على عملياته وتوجيهها من قبل جماعات القوة والنفوذ فى المنطقة المحلية ، كما هو الحال فى الاتصال الجماهيرى ، كما أن افتقاد مؤهلات معينة لدى أحد طرفى الاتصال(١) . قد يجعل الحوار المفترض انه يسير فى اتجاهين يسير فى اتجاه واحد من الاقوى على الاتصال الى الاضعف . وهذه الحالة الاخيرة هى التى يتسم بها الغالبية وبالذات فى المناطق المتخلفة — تمثلا الغالبية المطلق

---

(١) سامية محمد جابر ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٠٠ .

من القرويين فى مصر — وهـذا نتاج ملاحظـات ميدانيـة مباشرة — تفتقد الاستعداد لتكوين اراء حول المشـاكل والاحداث وبالذات البعيدة عن حياتهم اليومية المبـاشرة ، وعـادة ما يتردد على لسـان القروى عبارة « لا اعرف » حينمـا يسأل فى اى حوار مباشر او مناقشـة تتعلق بقضـية معينة . كمـا ينقص العديد منهم الاحساس بالقدرة على مجابهة وتغيير الاطار المجتمعى الذى يعيشون فيه . حيث تسود لدى غالبيتهم نزعة القبول والتقليد والاستسلام والطاعة وليس المجابهة والتحدى ، واذا كان ذلك يعود فى جانب منه الى ميراث تاريخى وواقع حضـارى يعيش فى اطـاره هؤلاء الافراد ، الا ان المهم هنـا ان مجتمعا لا يتوافر لدى غالبية افراده القـدرة على الحوار والمشـاركة او الدخول فى علاقات اتصـالية ، فضـلا عن استغراقهم فى تدبير قوت يومهم من شـأنه التأثير على فاعلية قنـوات الاتصـال الشخصى او قدرتهـا على احداث التغيير .

بيد أن النقطـة الجديرة بالاشـارة هنـا ان التقـدم التكنـولوجى فى ادوات الاتصـال خاصة الادوات الصغيرة التى تستخدم حاليـا فى التخاطب اللاسلكى او باشرطة التسجيل الصوتية والمرئية الى غيرها من المسـتحدثات التكنولوجية ، كان له تأثيره الأكبر على قنوات الاتصـال الشخصى التقليدية حيث اصبحت هذه القنوات اكثر نشـاطا وفاعلية من ذى قبل ، كمـا دعمت من قدرة هـذه القنوات على مجابهة وتحدى قنوات الاتصال الاخرى وبالذات الاعلام الجمـاهيرى المركزى .

وأيا كان الأمر ، بشأن فاعلية الاتصـال الشخصى وكفاءته فى مجـال التغيير ، فان ثمـة اتفاق بين الباحثين على عدد من الافتراضات والقـواعد التى لها علاقة بكفـاءة هذا النمط من الاتصال وهى :

١ — للسـن والمركز الاجتماعى دور مهم فى زيادة فاعليـة الاتصـال المباشر حيث يميل الأفراد من ذوى العمر والمستوى الاجتماعى الواحد الى تبادل المعلومات مع بعضهم البعض .

٢ — كلمـا كان القائم بالاتصال او المصدر جدير بثقة المتلقى او المتلقين كلمـا لعب دورا تأثيريا مهمـا فى مجال نشر المعلومات والاقناع ، حيث ترتفع درجة تأثر افراد الجمهور بمن هم اكثر خبرة وبمن يشعرون بصـدق وصـحة معلوماتهم .

---

(١) للوقوف على عرض مفصـل للمؤهلات الذاتية المطلوبة لكل من طرفى الاتصـال ، انظر :

جيهان رشتى ، الاسـس العلمية لنظريات الاعـلام ، مرجع سـابق من ص ١٢١ الى ١٢٨ .

٣ — تقوم الأسرة بدور بالغ الاهمية فى الاتصال الشخصى وخاصة فى مراحل التنشئة الاجتماعية للاطفال وفى التفاعل مع بقية افراد الاسرة .

٤ — يؤدى التقارب دورا هاما فى عملية التفاعل والتأثير الشخصى وهو ينطوى على بعدين اولهما : التقارب المادى كالتجاور المكانى والقيام بأوجه نشاط اتصالى مشابهة .

وثانيهما : التقارب الاجتماعى كالمركز الاجتماعى والاهتمامات أو اسلوب الحياة(١) .

٢ — الاتصال الجماهيرى :

الاتصال الجماهيرى ، هو الاتصال الذى يختفى فيه عنصر المواجهة او التلاقى المباشر بين طرفى الاتصال ، وتتجه خلاله الرسالة الاعلامية لمخاطبة أعداد غفيرة وغير متجانسة من الجمهور . وعلى ضوء ذلك فان اية وسيلة أو اداة يمكن استخدامها لتوصيل رسالة معينة الى أعضاء الجمهور على اختلاف مواقعهم او انتماءاتهم الاجتماعية والاقتصادية والفكرية تعتبر وسيلة جماهيرية كالراديو والتليفزيون والصحف والسينما والكتيبات واللافتات والملصقات وغيرها ويمكن اجمال ابرز الفروق التى تميز هذا النوع من الاتصال عن الاتصال الشخصى فيما يلى :

١ — العناصر المشتركة فى عملية الاتصال هنا أكثر كثافة وتعقيدا فاولا : المتلقى ليس شخصا او عدة اشخاص أو حتى آلاف الاشخاص وانما جمهور حاشد قوامه ملايين المستمعين والمشاهدين والقراء بحيث لا يتسنى للقائم بالاتصال أن يبلغ رسالته اليهم من خلال الاتصال المواجهى ويتعامل القائم بالاتصال مع الجمهور باعتباره جماعات وليس افراد كما هو الحال فى الاتصال الشخصى . كما ان اللغة المستخدمة فى الرسالة وموضوع الرسالة والتأثير المرغوب احداثه له صفة جمعية اكثر منها فردية وهذه الجماعات وكذا علاقة الاتصال مشتتة وغير متجانسة ولا تجمعها سوى الاهتمام مشترك برسالة خاصة أو نوع من الرسائل

وثانيا : النسمة الجمعية للمصدر أو الطرف المرسل ، فهو هنا ايضا ليس فردا وانما جماعة منظمة تعمل فى اطار مؤسسة لها قواعدها وتنظيماتها وسياساتها التى تعمل من اجلها . بيد أن هذه الجماعة ، هى الاخرى ، قد تكون غير متجانسة وغير متماسكة على الاقل فى مدى فهم كل عضو تبعا لسياسة المؤسسة وتوجهاتها الاتصالية .

(١) سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، مرجع سابق ، ص ٩٨ .

والمشكل هنا ، أنه بينما ينظر القائمون بالاتصال الى الجمهور نظرة جماعية أو كلية ويتعاملون معه على هذا الأساس ، فان الجمهور ذاته لا تتوافر لديه عادة هذه النظرة عن ذاته ولا تلغف استجاباته السمة الجمعية لينى فقط لافتقاد التنظيم او القدرة على التصور وغياب الوسيلة للاستجابة المباشرة ولكن ايضا لان الشروط الاجتماعية للحصول على استجابة جمعية منتقدة(١) . ويؤدى ذلك الى عدم توازن أو اتساق العلاقة الاتصالية وميلها باستمرار ناحية المصدر والسير فى اتجاه واحد .

٢ — وجود وسيط تكنولوجى معقد فى عملية الاتصال ، وهذا الوسيط مصمم لتسهيل الاتصال فى اتجاه واحد ، فالصحيفة والمجلة ، والاذاعة ، والتليفزيون والسينما ... الخ لا تتيح التغذية العكسية أو سريان المعلومات فى اتجاهين ، وهى فى افضل الاحوال تعتمد على الأستجابة الفرئية عن طريق البريد ، او التليفون ، او الاتصال الشخصى ، او بحوث الجمهور ، التى عادة ما يكون هدفها تسويقى أو ترويجى قبل اى شىء آخر .

ويترتب على وجود هذا الوسيط التكنولوجى فى الاتصال الجماهيرى آثارا عديدة فمن ناحية يوسع هذا الوسيط نطاق المسافة بين المرسل والمتلقى ويتيح للأكثر فرصة الاحتكاك والتفاعل مع افراد قد لا يستطيع الوصول اليهما من خلال القنوات الشخصية ومن ناحية اخرى ، يؤدى وجود هذا «الوسيط» والتباعد بين المرسل والمتلقى (سواء كان تباعد اجتماعى او مادى) الى اثارة حالة من الغموض لدى المتلقى حول اهداف القائم بالاتصال مما يضيف مزيدا من عدم التوازن فى العلاقة بين الطرفين ، وفضلا عن ذلك ، فان هذا الوسيط او الفن التكنولوجى المستخدم فى هذه العملية يتميز بارتفاع التكلفة بل وبالسرية احيانا ، كما يتطلب مهارات خاصة ، وبالتالى فهو غير متاح لهؤلاء الأفراد الغير قادرين على شرائه او على استخدامه ، ويتزايد عدد هؤلاء الافراد فى المجتمعات المتخلفة ، حيث يتزايد خضوع اجهزة الاعلام الى تستنق القوة السائد فى هذه المجتمعات ، وحيث تدنى المستويات الاقتصادية والثقافية للغالبية من الافراد .

٣ — يفتقد الفعل الاتصالى فى الاتصال الجماهيرى ، الى خاصية المحاورة negotiability التى تميز الاتصال الشخصى وتجعله أكثر انطلاقا وتلقائية ، وعلى العكس نجد أطراف عملية الاتصال الجماهيرى — كما أشرنا من قبل — متباعدين عن بعضهم البعض بصورة مادية (مكانية) بل واجتماعية أيضا فى احيان كثيرة . والرؤية التى يشكلها كل طرف من الطرف الاخر ، عادة ما تكون نمطية . فالقائم بالاتصال لديه رؤية نمطية عن

---

(١) انظر فى ذلك :

D. McQuail, Communication, Longman, New York, 1980 P. 165.

الجمهور ، والجمهور لديه رؤية نمطية تخذ توقعاته من أجهزة الأعلام . وكل طرف يقوم بصورة منفردة تحديد الطرف الأتصالى ؛ وادراك وتفسير معانى الرسالة على نحو مختلف فى أغلب الأحيان ؛ ونتيجة لأختلاف التوقعات وتباين الأهتمامات وغياب الرقابة الشخصية والمواجهة ؛ تصبح الرسالة اكثر عرضة للتحريف واساءة التفسير والفهم وبالذات من جانب المتلقى الذى يعامل الرسالة ؛ كما لو كانت ، سلعة خاصة قام بشرائها يضفى عليها أو يضع بها ما يشاء وعلى طريقته الخاصة .

٤ — مع أن مضامين أجهزة الأعلام متاحة نسبيا وبصورة متشابهة لكافة أفراد المجتمع على أختلاف مواقعهم الجغرافية والأجتماعية ، وأن كل فرد يمكن من حيث المبدأ أن يكون متلقى لهذه المضامين الا أن المشاركة الفعلية من جانب أعضاء الجمهور ، ودخولهم أطرافا فى هذه العملية يتطلب بعض التعليم الأجتماعى ؛ وتوافر بعض الأمكانيات الفنية والأجتماعية والثقافية والأقتصادية لدى أعضاء الجمهور ، والتى بدونها سوف تنعزل قطاعات غفيرة من الجمهور عن رسائل هذه الاجهزة .

٥ — ان الاتصال الجماهيرى قادر على انتاج رسائل وتوصيلها لاناس كثيرين فى اجزاء متباعدة فى التو واللحظة ، بل وحمل رسائل مختلفة لفئات متنوعة من الجمهور فى آن واحد(١) . ومن المؤكد أن أجهزة الاعلام تتباين فى هذه الناحية بتباين قدرات وامكانيات كل منها . حيث تعد الاذاعة مثلا اكثر نجاحا من الصحيفة فى نشر رسائلها فى المناطق التى ترتفع فيها معدلات الأمية كذلك ، فان الصحيفة تتميز بالقدرة على نشر رسائل ثابتة ودائمة وقادرة على أن تصل الى المتلقى فى الوقت الذى يلائمه .

واذا كنا قد ميزنا خلال العرض السابق بين نمطى الاتصال الشخصى والجماهيرى ، فان ذلك كان بهدف التحليل النظرى ، حيث يصعب من الناحية الواقعية أن يستأثر اى من هذين النمطين بالاتصال والتأثير ، كما يصعب أن يحقق وحده التأثير الاتصالى المستهدف بمعزل عن النمط الاخر(٢) .

هذه الرؤية التكاملية لنمطى الاتصال ، والتعاون والتنسيق بينهما مطلوب وبالحاح وبالذات فى المجتمعات النامية من اجل تنمية ثقافية افضل ومساهمة فعالة وايجابية من جانب نسق الاتصال فى هذه التنمية(٣) . اذ لا يجوز — كما هو مشاهد حاليا فى العديد من هذه المجتمعات — ان

---

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات فى الاتصال ، مرجع سابق ص ١٩ .
(٢) سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، مرجع سابق ص ١١٦ .
(٣) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٧ .

أن تعزز الأسرة مثـلا قيمـا ومعايير اجتماعية وانسانية يناقضها الاعـلام الجماهيرى ويهدمها فى نفس اللحظة . والأمثلة على ذلك كثيرة ومتعددة منهـا مثلا ، دعوة الدين الى تحريم الخمور ونبذ المحرمات بينما بطل القصة تليفزيونى او السينمائى لا يكون بطلا الا اذا كان عنيفا وشاربا للخمر ماهرا فى اغراء النساء . وفى حين يدعو أستاذ الجامعة طلبته للتسامح فى الحوار وحرية ابداء الراى تنقل صور من مسرح الحيـاة السـياسية على شـاشة التليفزيون فى جوهرها اهدارا لحرية الرأى ومظهرها الممارسة المزعومة للديمقراطية .

وهكذا ، فان النظرة الحديثة لفهم الواقع الاتصـالى فى المجتمـع ، هى رؤية هذا الواقع من منظور مدى التفـاعل والانسـجام بين نمطى الاتصـال الجماهيرى والشخصى وتأثيرهما النسبى معا فى المواقف الاتصـالية المختلفة بطريقة تكاملية وليس مجرد تاثير أحدهما وغياب الآخر ، او الحديث عن قدرات هـذا النمط وضعف الآخر ، كمـا كان الحال من قبل ، ومن المؤكد أن تحقيق هـذا التفاعل والانسجام ، يتطلب أول ما يتطلب تحقيق الاتفاق بين النسق الفكرى والايديولوجى لكل منهمـا ، أو على الأقل عدم تناقضهما فى المجتمع الواحـد .

الفصل الثانى

دراسة عملية الاتصـــال

الفصل الثاني

دراسة عملية الاتصال

مقدمة :

اظهر العرض السابق ان الاتصال بنمطيه الشخصي والجماهيري عملية دينامية ومعقدة ويتزايد تعقيد هذه العملية وتتشابك مكوناتها عند مستوى الاتصال الجماهيري ، حيث تتسم علاقات التفاعل عند هذا المستوى بالكثافة وشدة الغموض ، ولما كانت دراسة هذه العملية واخضاعها للبحث والتحليل امرا مهما للمشتغلين بالنشاط الاعلامي بغية فهم طبيعة عملية الاتصال واستخدامها بالكفاءة المطلوبة لجأ الباحثون فى مجال الاتصال الى استخدام فكرة النموذج (Model) من اجل تحليل مكونات عملية الاتصال وفهم المتغيرات الفاعلة فيها بصورة اكثر دقة وتنظيما .

ونموذج الاتصال هو وصف تصوري مبسط يقدمه الباحث فى شكل مخطط لعملية الاتصال فى لحظة زمنية معينة بمعنى آخر هو محاولة لتجميد عملية الاتصال فى لحظة زمنية وتقديم وصف للعناصر الاساسية الفاعلة التي يفترض وجودها فى هذه العملية . ويعبر كل نموذج بذلك عن الرؤية الخاصة للفرد الذى قام ببنائه ، لما يتصور بانه المتغيرات الهامة والفاعلة فى عملية الاتصال التي يقوم بدراستها(١) . وقد أوضح «كارل ديوتش» عدة مهام يقوم بها النموذج عند دراسة عملية الاتصال(٢) . فأولا : يساعد النموذج فى تنظيم وربط أطراف عملية الاتصال بعضها البعض مما يساعد على تقديم رؤية كلية لم يكن يتسنى للدارس ادراكها بدون هذا الترتيب والربط . **وثانيا** : يساعد النموذج فى توجيه الدارس الى العناصر الرئيسية فى عملية الاتصال التى ينبغى التركيز عليها وفهم تأثيراتها من اجل السيطرة على مخرجات العملية . **وثالثا** : مساعدة الدارس على التنبؤ بنتائج عملية الاتصال وبلورة بعض الافتراضات المحتملة لمخرجات هذه العملية .

---

(١) من المؤكد ان هذه الرؤية لا تنبع من فراغ ، ولكنها حصيلة جهد عقلى وخبرات وابحاث وتجارب .. قام بها الباحث فى هذا المجال .

(٢) انظر فى ذلك :

K., Deutsh, on Communication Models in the Social Sciences, Public opinion Quarterly, 1966, P. 24

وقد نجح باحثو الاتصـــال فى تقديم العـــديد من النمـــاذج والتصورات النظرية بلغت وفق تقدير احد المصـــادر خمســـون وصـــفا مختلفـــا للعملية الاتصالية(١) واللافت للنظر ، ان معظم هذه النمـــاذج ان لم يكن جميعها قد جاء حصـــاد ابحاث ودراسات اجريت على واقع عملية الاتصـــال فى المجتمعات الغربية وقام بهـــا باحثون ينتمون الى هذه المجتمعات ، واقتصر الاسهام العربى فى هذا المجال على محـــاولة الترجمة والنقـــل ، وانعدمت أو كادت محاولات التنظير المحلى الخالصة لفهم واقع عمليـــة الاتصـــال فى المجتمعات العربية ، وغابت حتى الرؤية النقدية لمـــا هو منقـــول أو مترجم وبدا الأمر هنـــا كمـــا لو كانت هذه النمـــاذج والتصورات المنقولة مسلمات تصلح لفهم وتحليل عملية الاتصـــال فى مجتمعاتنا رغم شـــدة تباين واقع عملية الاتصـــال لدينـــا عن نظيرتها فى المجتمعات الغربية ، على الأقل بفعل تباين المنـــاخ الثقافى والواقع الحضـــارى بين المجتمعات العربية والمجتمعات الغربية .

وفى اطار غيبة محـــاولات التنظير لواقع عمليـــات الاتصال فى المجتمعات العربية ، وافتقار الميـــدان الى البيانات الواقعية والدقيقة التى تصلح كقاعدة تساعد فى هذا المجال ، فلا مفر أمامنـــا هنـــا من استعراض عدد من النماذج والتصورات النظرية الغربية لعمليـــة الاتصـــال من منظـــور نقـــدى تحليلى يوضح جوانب القوة والضعف فى هذه النمـــاذج ، وبمـــا يتيح لنـــا فى النهاية الاستفادة من جوانب القـــوة فى هذه التصـــورات فى تطوير رؤية نظرية اكثر ارتباطا بواقع المجتمعات العربية . ويحدد اختيارنا للنمـــاذج المطروحة هنـــا عدة اعتبارات منهـــا : تمثيل المراحل التاريخية التى مرت بها ابحاث الاتصال والرؤية التكاملية التى يعكسها النموذج لعملية الاتصال بنمطيهـــا الشخصى والجمـــاهيرى ، واهمية الأفكار والمعلومات التى يطرحها التصور وما يحمله من حقائق ومتغيرات جديدة تســـاعد فى فهم افضل لعملية الاتصال بعبارة اخرى يتناول هـــذا الفصل مناقشة العنصرين التاليين :

١ — عملية الاتصال (رؤى اجنبية) .

٢ — عملية الاتصال (رؤية محلية) .

اولا : دراسة عملية الاتصال (رؤى اجنبية):

١ — نموذج شـــانون وويفر : (Shannon & Weaver)

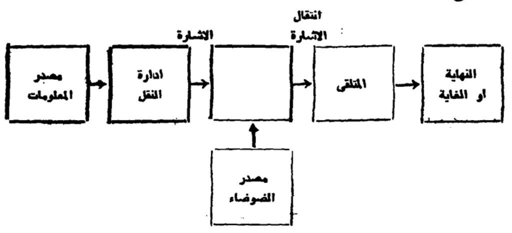
يعد نموذج « شانون وويفر » عن عملية الاتصـــال من النماذج الاوليـــة

---

(١) طلعت منصـــور ، سيكولوجية الاتصال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ١٠٤ .

الاساسية التى نمت منهـا دراسات الاتصـال . ويعكس هذا النموذج وجهة النظر التى تنظر الى الاتصـال بوصـفه عملية خطية يتم فى اطارها نقـل الرسـالة من المصـدر الى المتلقى . وقد بلور الباحثان رؤيتهما عن الاتصال خلال الحرب العالمية الثانية ، حيث تركز اهتمامهما الاساسى فى محاولة السعى لتطوير فاعلية قنـوات الاتصـال وتحديدا الراديو والتليفون لتصـبح اكثر كفاءة فى نقـل الرسـائل واثارا فى ذلك بعض التساؤلات ، كيف يمكن نقـل اقصى كميـة ممكنـة من المعلومات عبر القنـاة أو الوسيلة الاتصالية ؟ وكيف يمكن قيـاس قدرة الوسيلة فى حمل المعلومات وتناقلها بين المصدر والمتلقى ؟ ويبدو ان تركيز «شانون وويفر» على دراسة الوسيلة وقدرتهـا على حمـل المعلومات يعود الى خلفيتهما الهندسية الرياضية ، ومع ذلك فقد اشارا الى ان نظريتهم فى الاتصال يمكن تطبيقها بصورة واسـعة على كل سـؤال يتعلق بالاتصال الانسانى(١) .

ويصور النموذج العنـاصر الاسـاسية لعملية الاتصـال فى الشـكل التـالى :



(تصور شانون وويفر لعملية الاتصال)

ووفقا لهذا التصور تتحدد العناصر الاساسية فى عملية الاتصـال على النحو التـالى :

مصدر ، واداة ، ورسالة ، ومتلقى ويضـاف الى ذلك عنصر آخر دخيل هو الضـوضاء ، أو التشويش وفى اطار هذه العناصر تسـير العمليـة على النحو التـالى :

---

(١)

Shannon, C. & Weaver, W., The Mathematical Theory of Communication, Urbana, University of illinois Press, 1964.

المصدر ، وهو صانع القرار ، يقوم بتحديد الرسالة التي يرغب في ارسالها . هذه الرسالة تأخذ طريقها الى المتلقي عبر اداة أو قناة تتحول خلالها الى اشارة ، وفي مرحلة النقل هذه قد تتعرض الاشارة الى بعض الضوضاء أو التشويش مما يؤثر على فك رموزها وبالتالي فهمها لدى المتلقي .

ونعرف الضوضاء Noise هنا على أنها أى شيء يضاف الى الاشارة بين نقلها واستقبالها ، وهو الشيء الذى لا يقصده المصدر أو يرغب فيه . بعبارة أخرى يعني مفهوم الضوضاء أو التشويش وفقا لتصور «شانون وويفر» أى اشارة تتلقى ولا ينقلها المصدر وتزيد من صعوبة فهم المتلقى للمعنى الحقيقي للرسالة . وقد ميز الباحثان هنا بين نوعين من التشويش : تشويش المعانى والتشويش الفنى ، ويتحدد تشويش المعانى ، فى اى تحريف للمعنى الصحيح فى عملية الاتصال والتى لا يقصدها المصدر وتؤثر على فهم المتلقى للرسالة فى الاتجاه الصحيح . اما التشويش الفنى او الميكانيكى ، فيعنى اى تدخل فنى او تغير يطرأ على ارسال الاشارة فى رحلتها من مصدر المعلومات الى المتلقى مثل حدوث فرقعة اثناء ارسال الاشارة او صدور أزيز طائرة ، او ضعف حاسة السمع عند المتلقى ، أو اذا كان نطق الحروف لدى المصدر غير سليم الى غيرها من العوامل التى قد تتداخل وتؤثر على تلقى الرسالة بدقة .

وبهذا الفهم حدد « شانون وويفر » ثلاثة مستويات من المشكلات فى دراسة عملية الاتصال :

المستوى الأول : ويتعلق بالمشكلات الفنية حيث تتحدد المشكلة الأساسية هنا فى كيفية نقل رموز الاتصال بصورة دقيقة وصحيحة .

المستوى الثانى : وهو الخاص بمشكلات المعانى اذ كيف تقوم الرموز المنقولة بنقل المعانى المطلوبة الى المتلقى بصورة دقيقة .

والمستوى الثالث : ويتعلق بالآثار والنتائج المترتبة على الاتصال حيث تتحدد المشكلة الأساسية هنا فى كيفية تأثير المعانى المستقبلة بفاعلية فى السلوك وذلك فى الاتجاه المطلوب من جانب المصدر .

واذا كان يسهل فهم المشكلات الفنية الخاصة بالاتصال والتى يبدو أن النموذج قام أساسا لمحاولة فهمها وتحديدها ، الا أن المشكلات الخاصة بالمعانى « وان كان من السهل تحديدها وحصرها » الا انه ليس من السهل كيفية تحقيق معالجتها . وقد قدم « شانون وويفر » حلا قاصرا لهذه

المشـكلات فلديهما ، يتضمن المعانى فى الرسـالة وبالتـالى فان تحسـين صياغتها وتجويدها سيـوف يزيد من المعـانى الصحيحة ، ويقلل من التحريف المحتمل لهذه المعـانى لدى المتلقى ، وهو الحل الذى يتجـاهل دور العوامل الثقافية وتأثيرها فى تكوين المعـانى وفى فهمها بصـورة صحيحة لدى طرفى الاتصـال(١) .

وتشير المشكلات الخاصة بالتأثير الى أن « شانون وويفر » ينظران الى الاتصال باعتباره نشـاط دعائى وموجه ، بحيث أن المصدر يتصل بفاعلية مع المتلقى ، عندما المتلقى يستجيب بالطريقة التى يرغبها المصدر . وقد أوضـح الباحثان ، أن المستويات الثلاثة من المشـكلات ليست قائمـة بذاتهـا ولكنها متداخلة ويعتمد كل منها على الآخر وانها معا مطلوب دراستها وفهمها من أجل تحسـين كفـاءة الاتصال وتحقيق فاعليته .

وقد لفت « شانون وويفر » نظرنا الى نقطتين أساسيتين تتعلق أحدهما بالمصـدر والأخرى بالمتلقى :

الأولى : مقدار المعلومات لدى المصدر والتى تتيح له حرية الاختيار .

والثانية : هى عدم اليقين أو نقص المعرفة لدى المتلقى بالرسالة وحاجته اليها . ووفقا لتصور « شانون وويفر » ، فانه لكى يصل الموقف الاتصـالى الى وضعه الأمثل ، فانه ينبغى أن تتوافر للمصدر والمتلقى نفس الامكانيـات لعدم يقين المتلقى حيـال الرسالة التى تم ارسالها مساو تماما لحرية المصدر فى الاختيار أثنـاء أعداد الرسالة . أو بعبارة أخرى ينبغى توافر حرية الاختيار للمصدر ، وعدم اليقين لدى المتلقى وفى هذه الحالة يصبح هدف المعلومات التى قام المصدر باختيارها ازالة عدم اليقين أو الغموض الذى يشعر به المتلقى .

ومع وجاهة هذه التصورات ، وبالذات ما يرتبط منهـا بالمشكلات التى تحيط بنقل الرسـالة ومفهوم حرية الاختيار لدى المصدر وعـدم اليقين لدى المتلقى ودورها فى دعم كفـاءة الاتصال ، الا ان النموذج فى حد ذاته يتجاهل عنـاصر أساسية فى عمليـة الاتصال . فمن ناحية يقدم النموذج عملية الاتصال بوصفها عملية خطية تسير من المصدر الى المتلقى ويتجاهل هنا عنصر التغذية المرتدة التى تميز عمليـة الاتصال بوصفها عملية تفاعلية ومن ناحية أخرى ، لا يوضح النموذج العوامل الفاعلة فى تحديد حرية الاختيار لدى المصدر أو عدم

---

(١) انظر فى ذلك :

John fiske, Introduction to Communication studies, Methuen, London, 1982, P. 8.

اليقين لدى المتلقى لكى يتوازن الموقف الاتصالى ويصبح فى وضعه الأمثل،وبدت عملية الاتصال كما لو كانت منعزلة عن السياق الاجتماعى والثقافى الذى تعمل فيه مما أضعف من كفاءة النموذج وقدرته على فهم وتحليل عملية الاتصال بصورة أفضل .

٢ — نموذج لاسويل (Lasswell's Model) :

يعد نموذج لاسويل من النماذج الأولية التى سعت الى تفسير عملية الاتصال الجماهيرى ، وقد اكتسب النموذج على بساطته الشديدة شهرة واسعة حتى لا يكاد يخلو مرجع واحد فى دراسات الاتصال دون اشارة الى تصور لاسويل لعناصر عملية الاتصال الجماهيرى(١) ووفقا لهذا التصور يرى لاسويل ، اننا لكى نفهم عمليات الاتصال الجماهيرى فنحن فى حاجة لدراسة كل مرحلة من مراحل هذه العملية وفقا للعناصر التالية :

من ؟ يقول ماذا ؟ وباى وسيلة ؟ لمن ؟ وباى تاثير ؟

وواضح أن هذه العناصر الخمسة لعملية الاتصال الجماهيرى لا تخرج كثيرا عن العناصر التى سبق أن طرحها «شانون وويفر» فما زالت العملية هنا ، كما هو الحال فى نموذج « شانون وويفر» تفهم باعتبارها عملية خطية (Liner) يتم فى اطارها نقل رسالة من المصدر الى المتلقى ، عبر وسيلة معينة . على أن الاضافة التي يلفت لاسويل نظرنا اليها هى ذلك الجانب المتعلق بأثر نقل الرسالة على المتلقى او عنصر التأثير Effect والذى يعنى كما حدده « لاسويل » اى تغيير يمكن ملاحظته وقياسه لدى المتلقى والذى تسببه العناصر المتداخلة فى العملية ، وقد أوضح لاسويل ان اى تغير فى أحد هذه العناصر من شأنه احداث تأثير فى العناصر الاخرى وبالتالى التأثير على نتائج عملية الاتصال . فاذا جرى مثلا تغيير القائم بالاتصال ، او طريقة صياغة الرسالة ، أو القناة المستخدمة فى نقل الرسالة ، فان ذلك يؤدى الى تغيير فى درجة التأثير على المتلقى .

---

(١) يوجد العديد من الدراسات المحلية التى تاثرت بتحليلات لاسويل لعملية الاتصال الجماهيرى . أنظر على سبيل المثال الدراسات التالية :

— حامد ربيع ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز ابحاث منظمة التحرير الفلسطينى ، بيروت ، ١٩٧٠ .

— عبد القادر حاتم ، الاعلام والدعاية ، الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٢ .

— يوسف مرزوق ، مدخل الى علم الاتصال ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨[illegible] .

وتعكس صيغة «لاسويل» بالصورة المقدمة عدد من الافتراضات الجديرة بالاشارة هنا وهى :

١ — ان المصدر فى عملية الاتصال يمارس نشاطه بقصد التأثير على المتلقى .

٢ — ان عملية الاتصال الجماهيرى فى اساسها عملية دعائية تهدف الى اقناع المتلقى بوجهة نظر المصدر .

٣ — ان الرسائل التى تحملها اجهزة الإعلام الى المتلقى لها دوما تاثيرات فاعلة على المتلقين .

ومن المؤكد ان فهما افضل لعملية الاتصال الجماهيرى فى المجتمع لا يمكن ان تقام على مثل هذه التصورات المفرطة فى بساطتها لعملية بالغة التعقيد والتشابك(١) . فمع ان تساؤلات لاسويل الخمسة توجه انتباه دارسى الاتصال الى العناصر البارزة فى عملية الاتصال ، الا انها تفرط فى تبسيط درجة التداخل والتعقيد فى هذه العناصر . فالمصدر (من) ليس فردا وانما المراد بل مؤسسة كاملة لا قواعدها وتنظيماتها وعلاقاتها بالمجتمع التى هى جزء منه تؤثر وتتأثر به . والمتلقى ليس فردا وانما جماهير غفيرة ومتباينة ، كما أن القنوات والرسائل متعددة ومتنافسة وان التأثير ليس بالضرورة شرطا ملازما لكل عمليات الاتصال الجماهيرى الذى يحكم احداثه لدى المتلقى متغيرات عديدة ، فضلا عن صعوبة قياسه وفقا لتعريف لاسويل ، المتغير الذى يمكن ملاحظته على المتلقين) حيث ان غالبية تأثيرات الاتصال الجماهيرى ، تتخذ عادة صفة تراكمية وليست انية كما يتصور «لاسويل» .

لقد اهتم «لاسويل» كعالم سياسى بدراسة الاتصال السياسى ، وبالذات النشاط الخاص بالدعاية . وقد انعكس ذلك على تصوره لعملية الاتصال واقتصار رؤيته لها على أنها عملية خطية ودعائية تهدف الى التأثير على المتلقى واقناعه بوجهة نظر المصدر ، مما عرض النموذج لانتقادات شديدة من جانب بعض الباحثين الذين اقاموا انتقاداتهم على اساس تجاهل النموذج لعناصر هامة وفاعلة فى عملية الاتصال الجماهيرى منها(٢) :

---

(١) راجع انتقادا مفصلا لنموذج لاسويل فى المرجع التالى :
Braddock, R., Extension of the Lasswell formula, Journal of Comm., 1958, PP. 88 — 93.

(٢) أحمد بدر ، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية ، الكويت ، وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢ ص ٦٠ .

الموقف الاتصـــالى العام ، الهدف الذى تيسعى الى تحقيقة عملية الاتصـــال ، ورجع الصـــدى من المتلقى الى المصدر ، والاطار الدلالى او الخبرة المشتركة بين طرفى الاتصـــال .

٣ — نموذج جيربنر : (Gerbner's Model)

يتميز نموذج جيربنر الذى يعمل أستاذا للاتصـــال فى جامعة بنسلفانيا بالولايات المتحدة ، بالتركيز على ربط الرسالة بالواقع والتـأكيد على عمليات الادراك ومعانى الرموز وطريقة تشكلها أو فكها لدى كل من طرفى الاتصال . ويرى « جيربنر » أن نموذجه للاتصـــال له صفة العمومية فى التطبيق من حيث انه يجذب الانتبـــاه الى تلك العنـــاصر الفاعلة فى كل فعل اتصالى(١) .

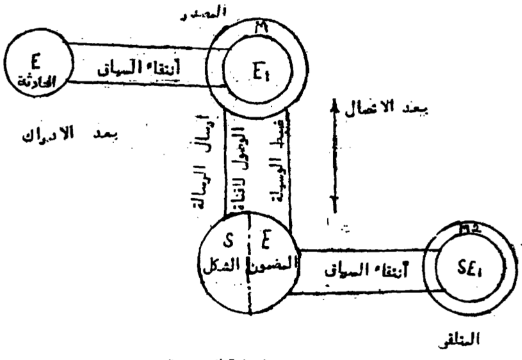
واذا نظرنا الى شـــكل النموذج ، فانه يبدو لأول وهلة ، أكثر تعقيـــدا من نموذج « شانون وويفر » ، بيد أن امعان النظر فى النموذج يكشف أنه ما زال يعبر عن الرؤية الخطية لعملية الاتصـــال كمـــا هـــو الحـــال فى نموذجى « شانون وويفر ولاســـويل » . حيث تســـير عمليـــة الاتصـــال على النحو التـــالى :

شخص ، يدرك واقعـــة ، فى سياق معين ، يحدث تفاعل بطريقة ما يتشكل تصور ، بشـــكل محدد ، وســـياق ، لنقـــل النص بترتيب معين الى شخص آخر ، يدرك النص فى سياق معين ويعكس الشكل التـــالى تصـــور جيربنر لهذه العمليـــات :

---

(١) انظر :

Denis McQuail and Sven Windahl, Communication Models Longman, London, 1981, P. 18.



(تصور جيربنر لعملية الاتصال)

وقد أوضح جيربنر ان عملية الاتصال تتضمن بعدين اساسيين :

الأول : بعد الادراك والفهم « البعد الأفقى » .

والثانى : بعد الاتصال والتعامل مع الوسيلة (البعد الراسى) .

١ — البعد الأفقى :

وفيه تبدأ العملية بالواقعة أو الحادثة (E) التى يتم ادراكها بواسطة (M) أو المصدر ، ولدى جيربنر فان (M) يمكن أن يكون انسان أو آلة مثل الكاميرا أو الميكرفون ، وادراك المصدر (M) للحادثة (E) هو ادراك (E_1) وهذا هو البعد الادراكى فى بداية العملية ، وتحول (E) الى (E_1) يعنى أن المصدر لا يتمكن من ادراك كل ما يحيط بالواقعة حتى ولو كان هذا المصدر آلة ، فان تصويرها للحادثة يتاثر ايضا بمدى تقنيتها وقدرتها المادية ويصبح الادراك أكثر تعقيدا فى حالة ما اذا كان (المصدر) انسانا ، حيث يفتقر الادراك الانسانى للمثيرات ادراك مبسط ، ولكن هو عملية من التفاعل والمحاورة ، وما يحدث فى الواقع هو اننا نحاول المواءمة بين المعنى الظاهرى للرمز أو المؤثر الخارجى والمعنى الباطنى له لدينا وعندما تتم هذه المزاوجة ندرك شيئا ما ونعطيه معنى معين .

وهكذا ، فان المعنى فى هذا السياق يتحدد على ضوء المزاوجة بين

الرمز الخارجي (الحادثة) والمعانى الباطنية لدى المصدر ، حيث يلعب الدافع للفهم أو التنظيم هنا دورا كبيرا . على أن الأمر المهم هنا هو أن هذا الفهم وتنظيم المدركات لدى الفرد يتأثر بقوة بالثقافة السائدة ، وأنماط التنشئة الاجتماعية التى يتعرض لها الأفراد والتى فى اطارها تتطور المعانى الباطنية للأشياء والرموز ، ويعنى هذا أن الأفراد الذين ينتمون الى ثقافات مختلفة سوف يدركون الواقع بصورة مختلفة . فالادراك اذن ليس عملية نفسية تحدث داخل الفرد وانما هى أيضا مسألة مرتبطة بالثقافة التى يخبرها الفرد ويعايشها .

٢ — البعد الراسى :

فاذا انتقلنا الى المرحلة الثانية او البعد الراسى فى العملية فانه يتم عندما يرغب المصدر فى ارسال ادراكه للحادثة (E) الى شخص آخر ويستعمل « جيربنر » كود (SE) وهو يرمز الى ما نطلق عليه مادة الرسالة ، التى هى اشارة أو بيان عن الحادثة والدائرة التى تعبر عن الرسالة فى النموذج تنقسم الى جانبين (S) وتشير الى الجانب الاول منهما بمعنى الشكل الذى تأخذه الرسالة ، فى حين تشير (E) الى مضمون الرسالة .

ومن الواضح أن المضمون المقدم او (E) يمكن أن ينقل بعدة طرق مختلفة حيث يوجد العديد من الطرق التى يمكن الاختيار من بينها . ويعد انتقاء افضل شكل بالنسبة للحادثة (E) ولغدا من الاهتمامات الملحة للقائم بالاتصال . ويؤكد جيربنر أن (SE) مفهوم موحد وليس مجالين منفصلين ، يتفاعلان معا ، حيث أن انتقاء (S) سوف يؤثر بوضوح على تقديم (E) الحادثة . وهكذا يوضح جيربنر أن العلاقة بين الشكل والمضمون هى علاقة هيكلية وايجابية ولا يمكن الفصل بينهما ، وفى ذلك يوجه «جيربنر» انتقادا حادا الى نموذج « شانون وويفر » الذى يؤكد ان مضمون الرسالة يوجد بصورة مستقلة ، ويرى « جيربنر » أن الرسالة لا يمكن أن توجد قبل تشكيلها ووضعها فى شكل معين او فى كودها ، وتعد عملية التشكيل هنا عملية ابداعية وخلاقة وقبلها فقط يوجد الدافع . والحاجة للتشكيل ليست فكرة قبلية سابقة لوجود المضمون الذى يتطلب أن يوضع فى كود . بمعنى آخر ليس هناك مضمون قبل التشكيل ولا تشكيل قبل المضمون ، ومحاولة الفصل بين الاثنين هى محاولة فاشلة ومشكوك فيها .

وفى هذا الجانب الاتصالى ، يعد الانتقاء عملية مهمة تماما ، مثلما هو الحال فى الجانب الأفقى من العملية ، فهناك أولا : انتقاء وسيلة أو قناة الاتصال ، ثم هناك انتقاء من جانب المدرك (E_1) حيث لا يؤدى هذا المدرك استجابة كاملة وشاملة بالدقة المطلوبة خلال عمليات الانتقاء والاختيار التى يقوم بها المصدر وتصبح احتمالات التشويه واردة .

كذلك ، ووفقا لتصور « جيربنر » ، فان هذا الجانب الراسى من العملية ،

يتضمن مفهوم القدرة على الوصول الى القناة او الوسيلة الاعلامية ، حيث يعد هذا المفهوم من المفاهيم المحورية التى تثار حولها مناقشات واسعة فى الوقت الراهن(١) . حيث تتباين قدرات الافراد وفقا لمراكزهم الاجتماعية واوضاعهم الاقتصادية فى الوصول الى وسائل او قنوات الاتصال .

واذا كانت بعض الدول او الحكومات ، تتجه — عادة — الى فرض سيطرتها على عملية الاتصال الجماهيرى ، وبالتالى تحد من قدرة الافراد على استخدامها او المشاركة فيها ، فان الامر لا يختلف ايضا على مستوى الاتصال الشخصى ، حيث قد يمارس المدير المتسلط او المدرس فى الفصل تأثيرا كبيرا ويحد بالتالى من قدرة الآخرين على ممارسة الاتصال ، وذلك بالحد مثلا من قدرتهم على الحديث . والأب المتسلط أيضا سوف لا يسمح لأطفاله أن يتحدثوا قبل أن يتحدث ، وهو فى ذلك يتشابه مع الكثير من الحكومات فى الانظمة الشمولية ، عندما لاتسمح فقط الا للرواية الرسمية للاحداث فى الظهور على شاشات التليفزيون .

وفى المرحلة الثالثة من العملية ، فان المتلقى (M^2) يقوم بادراك اشارة او بيان عن الحادثة . وكما هو واضح من قبل ، فان معنى الرسالة لا يكمن فى الرسالة ذاتها ولكن هو نتيجة التفاعل والحوار بين المتلقى والرسالة فالمتلقى لديه مجموعة من الاحتياجات والاهتمامات والمفاهيم المنبثقة من ثقافته، وعلى ضوء هذه المفاهيم تتأثر طريقة ادراك المتلقى للرسالة ، كذلك فان الرسالة ذاتها قد تحمل معانى عديدة ، يحتمل أن تفهم بطرق مختلفة .

ومحصلة التفاعل والحوار بين المتلقى والرسالة هو ما يدركه المتلقى ويفهمه من الرسالة ، ويشير « جيربنر » هنا مفهوم «انتقاء السياق» الذى يرادف مفهوم امكانية الوصول للقناة فى البعد الرأسى ، حيث يساعد هذا المفهوم فى تحديد ما يتم ادراكه بالفعل من قبل المتلقى . ويتولى مهمة انتقاء السياق الملائم المصدر او القائم بالاتصال ، وعليه فى هذه الحالة تحديد كيفية نقل الرسالة وكذا لمن سوف يوجهها اليه .

وأيا كان الأمر ، فان نموذج جيربنر ما زال مجرد تطوير جيد لنموذج « شانون وويفر » ، حيث ما زال ينظر هو الآخر الى عملية الاتصال بوصفها عملية خطية يتم فى اطارها نقل الرسالة من المصدر الى المتلقى ، والتطوير الذى يضيفه هنا يكمن فى اهتمامه ببحث ما يحدث وراء العملية نفسها وحديثه فى ذلك عن الواقعة او الحادثة (E) ومسالة المعنى والادراك ، وحتى عند هذا المستوى ، فان النموذج يتجاهل مناقشة المشكلات الخاصة بكيفية تولد المعنى ، والعوامل المؤثرة فى ذلك وبالذات ما يتعلق منها بالبناء الاجتماعى

---

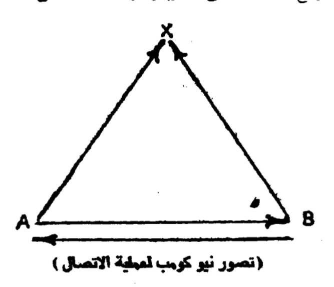
(١) انظر فى ذلك :

John fiske, introduction to Communication studies, Op. Cit., P. 21

والثقافة السائدة . وكذلك فان جيربنر يتناول موضوع شكل الرسالة او الكود المستخدم فى تقديم المضمون كحقيقة مسلم بها ، بينما انصار مدرسة الظواهر قد يجدون أن الرسالة هى الوسيلة على حد وصف مارشال ماكلوهان(١) . كما وقع جيربنر فى خطأ افتراض ان كل العمليات الانتقية متشابهة حيث من المؤكد أن ادراك المتلقى للرسالة ليس هو نفس ادراك المصدر للحادثة ، فالمتلقى ليس آلة صماء يستجيب بنفس الطريقة لمشاهدة فيلم تليفزيونى حول حادثة معينة كما لو كان مشاهدا لهذه الحادثة فى الواقع الفعلى فالرسالة بطبيعتها تشكلت أو صيغت بطريقة مختلفة عن الواقعة الحية وبالتالى توجه استجاباتنا بصورة معنية .

نموذج نيوكومب : (New Comb's Model)

تقدم « نيو كومب » نموذجا مختلفا تماما عن النماذج الخطية السابقة حيث يأخذ النموذج شكل مثلثى كما يبدو من الشكل التالى(٢) :



(تصور نيو كومب لعملية الاتصال)

والنقطة الاساسية الجديدة فى النموذج هى الاهتمام بدور الاتصال فى المجتمع وفى تحديد العلاقات الاجتماعية . وتتحدد نظرة « نيو كومب » لوظيفة الاتصال فى الحفاظ على التوازن داخل النسق الاجتماعى والعناصر الاساسية فى النموذج تبدو كما يلى :

ـ (A) و (B) هما المرسل والمتلقى ، وقد يكونا افرادا او اتحادات

(١) راجع عرضنا مفصلا لوجهة نظر ماكلوهن فى هذا المجال فى : جيهان رشتى ، الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ص ص ٣٨٤ ـ ٣٩٦ .

(١) أنظر فى ذلك :

Denis McQuail and Sven Windahl, Op. Cit., P. 31.

أو الحكومة والناس (X) هى جزء من البيئة الاجتماعية لكل من المرسل والمتلقى ويشـــكل (X.B.A) نظام تتداخل علاقاته الداخليـــة . فاذا تغـــير أى من اطرافه تغيرت بقية الاطراف وتعمل المكونات الاســـاسية للنظـــام على النحو التـــالى :

١ — توجه (A) نحو (X) يتضمن الاتجاه نحو موضوع أو هدف يمكن الاقتراب منه أو تفاديه يحكمه فى ذلك بنـــاء القوة والثقـــافة الســـائدة . وكذا الخصـــائص المعرفية (المعتقدات والبناء المعرفى) .

٢ — يتوجه (A) نحو (B) بنفس المعنى عن الموضوع او الحدث .

٣ — يتوجه (B) نحو (X) .

٤ — يتوجه (B) نحو (A) .

ويرى «نيو كومب» أنه من المهم أن يكون لدى المرسل والمتلقى اتجاهات متشابهة نحو الموضوع (X) فاذا تحقق ذلك ، فان النظام ســـوف يكون فى توازن . أما اذا لم يكن لديهما اتجاهات متشابهة نحو (X) فانهما ســـيكونان تحت ضـــغط للاتصـــال حتى يصلا الى اتجاه متشـــابه .

على أن الامر الاكثر اهميـــة هنـــا ، ويؤكد عليـــه « نيوكومب » هو ما يمثله الموضـــوع او الشخص (X) من اهمية لدى كل من المصـــدر والمتلقى ، وكذلك دافعهمـــا المشترك للتوجه نحو الموضـــوع ، وقد لا يكون الموضوع شىء أو شخص ، وانمـــا قد يكـــون جزءا من البيئـــة المشتركة لكل من المصـــدر والمتلقى . فقد يكون المصدر (A) مثلا الحكومة والمتلقى (B) الحزب الذى تمثله الحكومة و (X) السياسة . فاذا كان لدى الحكـــومة والحزب مبادىء مشتركة أو متشـــابهة حول السياسة السائدة فانهما سوف يكونا تحت ضغط لعقد اجتماعات مكثفة لمحاولة التوصل الى اتفاق على (X) او السياسة المطروحة . اما اذا لم يكن لديهمـــا مبـــادىء مشتركة فالمتلقى (B) سوف يكون أقل حاجة للاتفاق حول السياسة .

ويرى نيوكومب أن توازن النظام يزيد الحاجة الى الاتصال ويمكن ان نلمس ذلك بوضـــوح عندما يتغير (X) أو السياسة فان (B,A) يصبحان فى حاجة للاتصـــال لايجاد تكيف مشترك بينهمـــا نحو السياسة الجديدة . فقد كان رد فعل الافراد سريعا حول استقالة هارولد ولسون رئيس وزراء بريطانيا حيث نشأت حاجة لدى الأفراد للتعرف على راى أصدقائهم فى هذه الاستقالة وكذلك وقت الحرب . ويعتقد نيوكومب ان ما يدفع الافراد الى ذلك هو الرغبة فى الوصول الى تفاهم مشترك نحو الحدث .

ويخلص نيوكومب مما تقـــدم الى ان اعتمـــاد الناس على اجهزة الاعلام يتزايد بصفة مستمرة . كما ان الحكومة يتزايد اعتمـــادها على اجهـــزة الاعلام لدعم سياساتها ، وطالمـــا ان السياسة فى تغير مستمر نتيجة لتغـــير

الظروف ووقائع الحياة ، فاننا نجد الحكومة والشعب (B,A) فى حاجة الى اتصـــال مستمر من خلال أجهزة الاعلام(١) .

وواضـــح من تحليلات « نيو كومب » لعملية الاتصـــال ، تأثره البـــالغ بنظرية التـــوازن فى علم النفس ، وهى النظرية التى ترى أن اســــتجابة الفرد للمثيرات الخارجية تتأثر بحـــالته النفســـية التى تتســـم بالتوازن أو عدم التوازن مع المثير الخارجى(٢) . وأن النموذج يميل الى تأكيد وجهة النظر التى ترى أن النـــاس تميل الى مصـــادر المعلومات التى تساند ممارســـاتهم الفعلية . وهو بذلك يؤكد على اهمية العمليـــات الانتقائية ودور التوقعات فى عملية الاتصـــال والتى تجعـــل معظم تأثيرات الاتصـــال بنوعيـــه الشخصى والجماهيرى تتجه الى التدعيم وتثبيت الآراء والاتجـــاهات القائمـــة أكثر من تغييرها ؛ وهى الافتراضات التى تؤكدها الكثير من الابحاث فى هذا المجال(٣) .

ومع ذلك ، فان وجود اتجاه موحد أو اتفاق على المبـــادىء بين طرفى الاتصـــال ليس شرطا ضروريا لدعم كفـــاءة الاتصـــال ، كما يفترض النموذج فالتنافر والاختلاف قد يتم معالجته من خلال تشكيل علاقات جديدة أو من خلال ايجاد تكيف بين الرؤى المتباينة ، كذلك ، فاننا لا يمكن أن نسحب التعميمات المتصلة بعلاقات الاتصـــال بين الافراد او حتى الجمـــاعات الصـــغيرة على علاقات الاتصـــال فى المجتمع ككل ، ذلك أن المجتمع قد لا يكون فى حاجة الى التوازن أو التوافق كمـــا هو الحال فى المواقف الفردية الصـــغيرة ، بل على العكس قد يحتاج المجتمع فى بعض الحالات درجة من الصراع وعدم التوازن من أجل التطوير والتنمية وهنـــا يلعب الاتصـــال دورا كبيرا فى تلبية هـــذه الحاجة المجتمعية .

وأيا كانت الملاحظات التى يثيرها نموذج « نيوكومب » فان هذا النموذج يلفت نظرنا وان كان بصـــورة غير مباشرة الى حاجة النـــاس الى المعلومات التى ينظر اليهـــا فى المجتمعات الديمقراطية على أنها حق وضرورة وبدونها ، فان الافراد يفتقدون الشـــعور بالانتمـــاء للمجتمع ، فنحن يتبغى أن نحصـــل على المعلومات الكافية عن بيئتنا الاجتمـــاعية لكى نعرف كيف نتصرف ازائها . وكذلك لكى يتم توحيد رد الفعل ازاء الاحداث الهامة التى يواجهها المجتمـــع ولرأب الفجوة بين ثقافات المجتمع المختلفة وتحقيق التكامل بين أجزاء الأمة .

---

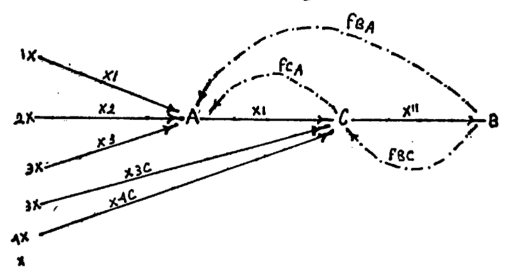
(١)
John fiske, Introduction to Communication studies, Op Cit., P. 38.

(٢) جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ، ص ٢٤٠ .

(٣) أنظر فى ذلك : Joseph, Klapper, The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.

٥ — نموذج وستلى وماكلين : (Westly and Maclean's Model)

سعى وستلى وماكلين الى تطوير نموذج نيوكومب السابق عرضه لكى يتناسب مع عملية الاتصال الجماهيرى ، وقد انعكس التطوير فى جانبين اساسيين : **الأول** : هو اضافة عنصر جديد هو (C) الذى يشير الى عملية تحرير الأخبار والمعلومات داخل المؤسسة الاعلامية ، وهى العملية التى يتم خلالها اتخاذ قرار حول مـاذا وكيف يتم الاتصال . **اما التطوير الثانى** : فيتمثل فى فرد النموذج لكى يأخذ الشكل الخطى المألوف من قبل فى النماذج السابقة وذلك كما هو واضح فى الشكل التالى(١) :



(تصور وستلى وماكلين لعملية الاتصال الجماهيرى)

وكما هو واضح من الشكل فان (X) اصبحت فى نموذج وستلى وماكلين اقرب الى (A) والأسهم تأخذ طريقا واحدا و (A) أصبح أقرب الى وضع الكود كما هو الحال فى نموذج شانون وويفر أو لاسويل و (C) له بعض خصائص الناقل . كما نلاحظ انشطار (X) لكى يتبين طبيعتها المتنوعة او المتعددة وتتحدد عناصر النموذج على النحو التالى :

١ — ترمز (X) للموضوعات أو الأحداث التى تقع فى البيئة الاجتماعية التى يجرى الاتصال حولها من خلال اجهزة الاعلام ومن ذلك وقوع زلزال أو تغير فى الاسعار أو ظهور نتائج انتخابات ... الخ .

٢ — تشير (A) الى دور المصدر ، وقد يكون هذا المصدر افرادا او مؤسسات لديها شىء ما عن الحادثة أو الواقعة (X) وترغب فى توصيله الى الجمهور بطريقة هادفة أو مقصودة ، هذا المصدر قد يتجدد فى القادة

(١) Denis McQuail & S ven Windahl, Op. Cit., P. 26.

السياسيين ، أو المعلنين أو مصـــادر الأخبـــار أو مراسلوا الصحف ووكالات الأنبـــاء ... الخ .

٣ — تمثل (C) المؤسســـة الاعلامية ، حيث يتولى العاملون بها اخضاع ما يصل اليها من مـــواد اعلامية للفحص والانتقاء قبـــل أن تأخذ طريقهـــا عبر الوسيلة الاعلامية الى الجمهور . وقد تأتى المـــادة الاعلاميـــة مبـــاشرة دون المرور عبر وسيط المصدر (A) الى المؤسسة الاعلامية . وهكذا فان (C) تعتبر وسيط يتولى التعامل مع كل من (B) و (A) هذا الدور الذى تقوم به المؤسسة الاعلامية قد يمارس احيانا بطريقة غير هادفة او روتينية لا تحكمـــه سوى الاعتبارات المهنية الخاصـــة بالحاجة الى النشر الجمـــاهيرى وتلبية رغبـــات الجمهور .

٤ — تشير (B) الى دور الجمهور ، الذى قد يكون فردا أو جمـــاعة أو حتى المجتمع ككل والذى تتولد لديه الحاجة الى المعلومات .

٥ — (XI) هى الرسالة عن الحادثة كما يصـــورها (A) و (XII) هى صورة الرسالة بعد اعادة تشكيلها داخل المؤسســـة الاعلاميـــة لكى تأخذ طريقها الى الجمهور عبر القناة أو الوسيلة الاعلامية .

٦ — يوجد رجع صـــدى من المتلقى (B) الى المصـــدر الأصلى (A) وأيضا من المتلقى (B) الى المؤسسة الاعلامية (C) ومن هذه الى المصدر (A)

ويلاحظ هنا ان النموذج ينفرد عن النماذج السابقة بعدة مميزات منها(١) : أن العملية الاتصـــالية لا تأخذ لديه طابعا خطيا كمـــا هو الحـــال مثـــلا فى النمـــاذج السابقة وانمـــا تأخذ طابعا دائريا حيث يهتم النموذج برجع الصدى (Feed back) وفى حين تشير النمـــاذج السابقة الى نشاط القائم بالاتصـــال (A) بوصفه نشاطا هادفا أو مقصودا بمعنى أن لديه توجهات تأثيرية نحـــو المتلقى ، نجـــد أن النموذج الحالي يشـــير ايضا الى النشاط غير الهادف الذي تتميز به أحيانا عمليـــات الاتصـــال عبر وسائل الاتصال الجماهيري .

كمـــا يلاحظ ايضـــا ان الجمهور (B) نقد اى خبرة مباشرة أو فورية مع الأحداث (X) كمـــا نقد العلاقة المبـــاشرة مع المصدر على النحو الذى كان يصوره « نيوكومب » ، وقد أوضح وستلى وماكلين ان اجهزة الاعلام توسع من البيئة أو الخبرات الاجتمـــاعية التى يحتاجها الافراد (B) كمـــا توفر المناخ الذى يتم فى اطاره حدوث تكيف بين الأفراد والأحداث فى المجتمـــع ، وقد أبقى « وستلي وماكلين » على فكرة « نيو كومب » الخاصة بالحاجة الي وجود توافق مشترك نحو (X) بين المصدر والمتلقى ، على اساس ان توافر هذا العـــامل

---

(١) جيهان رشتى الأسس العلمية لنظريات الاعـــلام ، مرجع سابق ص ١٨١ .

يعد الدافع الاساسى للاتصـــال والتفاعل مع رسائل أجهزة الاعـــلام . ووفقا لتصورات « وستلى وماكلين » فان (A) و (C) يلعبان الدور الأساسى فى العملية ، حيث أن (B) هو متأثر فقط بنتائج نشاطهما . لقد وسع المجتمع الذى نعيش فيه بالضرورة نطاق البيئـــة الاجتماعية التى نحن فى حاجة الى ان نكيف انفسنا معها . ولذلك فان احتياج المتلقى للمعلومات والتكيف مع البيئة يتزايد، بيد ان اســـاليب اشباع هذا الاحتياج كانت دوما مقيدة ومقصورة على اجهزة الاعلام التى تعد الأدوات المتاحة فقط امام الأفراد لتحقيـــق احتيـــاجاتهم من المعلومات .

وايا كانت الافتراضات والتصورات التى يعكسها النمـــوذج فان ثمـــة بعض الملاحظات الجديرة بالاشـــارة هنا :

١ — أن اعتمـــاد الافراد على أجهزة الاعلام لامدادهم بالمعلومات على النحو الذى يسعى الى تصـــويره النموذج ، يتجـــاهل العـــلاقة بين اجهزة الاعلام والأدوات الأخرى التى تســـاهم فى تكيف الافراد مع بيئتهم الاجتماعية ومنها : الاسرة ، زملاء العمل ، جمـــاعة الاصدقاء ، المدرسة ، المســـجد ، الكنيســـة ، النقابات ، الأحزاب السياسية أو كل شبكات العلاقات الرسمية وغير الرسمية والتى من خلالها يتكيف الافراد مع المجتمع الذين يعيشون فيـــه بمعنى آخر ان اجهزة الاعلام وان كانت تلعب الدور الأساسى فى ترويج المعلومات وتوفيرها للافراد فانها ليست العنصر الوحيـــد الذى يعتمـــد عليـــه الافراد بالصورة التى يسعى النموذج الى تصويرها .

٢ — ينطلق النموذج من افتراض مؤداه : ان اطراف العملية الاتصـــالية لديهم اهتمامات وعلاقات متوازنة فى حين ان العلاقة بين الاطراف الاساسية فى النموذج (A) و (C) و (B) نادرا ما تكون متوازنة او متقاربة ولا يقتصر عـــدم التوازن على علاقة الاتصـــال فقط وما يحكمها من توجهات متباينة ولكن ايضـــا قد تتضمن علاقة ســـياسية بين (A) و (C) حيث يفرض المصدر (A) ضغوطا سياسية على المؤسســـة الاعلاميـــة او العكس كمـــا هو الحـــال حينما تملى المؤسسة الاعلامية على المراسل الصحفى أو المندوبين العمـــل بوجهـــة نظر معينة ، ويحدث نفس الشىء احيانا بين (B) و (C) حينما تتبنى المؤســـسة الاعلامية موقفا سياسيا معينا وتسعى الى ترويجه لدى الجمهور . كذلك ، فان قدرات (C) على العمل تتوقف على ضوء قدرات (A) فى امداد المؤسسة بالمعلومات والتى لا تستطيع ان تعمل بدونها ؛ ويشير كل ذلك الى أن أطراف العملية لا تعمل بحرية وعلاقات متوازنة وانمـــا توجد ضغوط وعلاقات غـــير متوازنة بينهما على عكس ما يصور النموذج .

٣ — يبالغ النموذج فى تأكيد درجة الاتســـاق والمشـــاركة فى عمليـــات الاتصـــال الجمـــاهيرى ، فالقائمون بالاتصـــال ، وكذا الجمهور يشـــاركون فى العملية بنفس القدر من الإهتمـــام ، فى حين ان واقع الممـــارسة يكشف أن

كل طرف عادة ما ينخرط فى العمليـــة باهداف وتوجهات قد لا تكون لها علاقة بالطرف الآخر . فاعضاء الجمهور قد يكونوا مجرد متفرجين لما يعرض عليهم من مضـــامين دونمـــا احتياج حقيقى للمواد المقدمة التى يعرضها القـــائم بالاتصـال . وكذلك فان القائمين بالاتصـال ، قد لا يكونوا فى حالة اتصال حقيقى مع الجمهور وأن توجهاتهم تتجه ليس ناحية جمهور المتلقين ، ولكن ناحية رؤساء العمل أو زملاء المهنة أو المصـــادر التى يحصلون منها على الأخبار(١) . وفى ذلك يتجاهل النموذج خضـــوع أدوار القائمين بالاتصـــال ، وكذا أعضـــاء الجمهـــور فى عمليـــة الاتصـــال للضـــغوط المؤسســـية والمجتمعية ، وهى الضغوط التى تلعب دورا فى تحديد درجة مشـــاركة كل طرف فى هذه العملية فقد يفرض المجتمع مثلا قيـــودا على القائم بالاتصـــال لعدم نشر الاخبار التى تمس الأمن القومى ، أو تعرض تماســك المجتمـــع للخطر ، كذلك فان الواقع المجتمعى يفرض على الجمهور احتياجات واهتمامات معينة وهكذا .

٦ — نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :

يعد نموذج كاتز ولازر سفيلد لتدفق المعلومات على مرحلتين والتـــأثير الشخصى من النمـــاذج المهمة التى كانت بمثابة نقطه اساسية لبحوث الاتصال وعمليـــاته ، وقد جاءت الافكـار الأســـاسية التى يقدمها نموذج انتقـــال المعلومات على مرحلتين ، لتبلور نتـــائج البحـــوث المبكرة التى سعت لبحث تأثيرات اجهزة الاعـــلام فى الحملات الانتخابية وبالتحديد انتخابات الرياســـة الأمريكية عام ١٩٤٠(٢) .

وقد وجه أصحاب نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين انتقادا حـــادا لنمـــاذج الاتصـــال السابقة والتى كانت سائدة فى تلك الفترة وتنطلـــق من مبدأ المثير — الاستجابة التقليدى وبالتالى ما يقوم عليه من افتراضات . فقـــد ظهر أن التاثيرات الاجمـــالية التى تركتها رســـائل أجهزة الاعـــلام حول الانتخابات ، كانت ضئيلة ، وأن نموذج المثير — الاستجابة كان غير قادر على تصوير ما يحدث فى الواقع الاجتماعى للجمـــاهير الغفيرة بصـــورة مناســـبة أو عمليـــة .

وبتقييم نتائج البحث الذى أجرى على آثار اجهزة الاعـــلام فى حمـــلة

---

(١) تبين ذلك بوضوح فى دراسة ميـــدانية اجريت على العـــاملين بالمؤسسات الصحفية فى مصر ولمزيد من التفاصيل انظر :

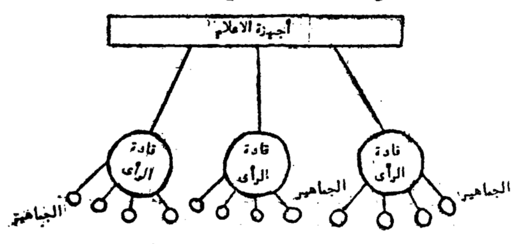
عبد الفتاح عبد النبى ، ســـيولوجيا الخبر الصـــحفى ، القـــاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ١٩٨٩ .

(٢) أنظر فى ذلك :

Paul. F. Lazarsfeld and others, The Peoples choice, N.Y., Columbia University Press, 1948.

الانتخابات الأمريكية لعـــام ١٩٤٠ ، قام الباحثان بتعديل نموذج (المثــير — الاستجابة) بادخال فكرة تدفق المعلومات على مرحلتين Two step Flew) of Communication) وكذلك مفهوم قادة الرأى (Opinion Leaders) ونتيجة لما كشفت عنه نتائج البحث من فشل نسبى لأجهزة الاعلام فى التأثير على نتيجة الانتخابات فى مقـــابل التأثير القــوى للاتصـــال الشخصى ، افترض الباحثان ان الأخبار غالبـــا ما تسير من الراديو والصحف الى قادة الرأى . ومن هؤلاء الى القطاعات الأقل نشاطا من السكان .

وقد جرى تتبع هـــذا التصور بالمزيد من البحوث وباعادة التقييم النظرى للنموذج الاصلى فى كتاب التأثير الشخصى الذى قدمه كاتز ولازر سفيلد عـــام ١٩٥٥(١) . ويوضح الشـــكل التالى نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :



(نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين)

وكمـــا هو واضح من النموذج ، فان المعلومات تصل أولا الى قادة الرأى من اجهزة الاعلام ، ثم من خلال قادة الراى الى الجماهير التابعة عبر وسائل الاتصال الشخصى ، فى حين ان التصور السابق لعملية الاتصال الجمـــاهيرى ، كان يشير الى ان المعلومات تصل من اجهزة الاعلام الى الجماهير مباشرة دون وســـيط كمـــا هو الحال فى النموذج الجديد .

ويثير نموذج انتقـــال المعلومات على مرحلتين الافتراضات التالية :

١ — ان الافراد ليسوا منعزلين اجتماعيا ، ولكن اعضـــاء فى جماعات اجتمـــاعية . كمـــا انهم يتفاعلون مع بعضهم البعض ولهذا تأثير كبير فى تحديد تأثيرات اجهزة الاعلام .

---

(١) انظر فى ذلك :

Katz and Lazarsfeld, Personal influence, Glencoe, Free Press, 1955.

٢ — إن الاستجابة ورد الفعل لرسائل أجهزة الاعلام سوف لا تكـون مبـاشرة وفورية ، ولكن تتأثر بطبيعة التفاعل والعلاقات الاجتماعية السائدة بين اعضـاء الجمـاعة الاجتماعية .

٣ — ان العمليتين يشتملان على جانبين :

الأول — التعرض والانتبـاه .

والثانى : الاستجابة المتمثلة فى شـكل قبـول أو رفض التأثير والتعرض لا يعنى الاستجابة كمـا ان عدم التعرض لا يعنى عدم الاسـتجابة (بسبب القبول التالى من الاتصال الشخصى)(١) .

٤ — ان الأفراد ليسوا متساوين تماما أمام الحملات الاعلامية ، ولكن يقومون بأدوار مختلفة فى عملية الاتصـال ، وبصورة خاصـة يمكن ان يكون هنـاك افراد اكثر نشـاطا فى استقبال وتلقى الافكـار من اجهزة الاعـلام وافراد اقل نشاطا وتعرضـا لأجهزة الاعلام ويعتمدون اساسا فى الحصـول على معلوماتهم على الاتصال الشخصى او قادة الراى كمرشدين لهم .

٥ — ان قادة الرأى هؤلاء يتميزون بالتعرض المكثف لاجهزة الاعـلام وبالعلاقات الواسـعة ولديهم ثقـة بالنفس باعتبـارهم قادة ومؤثرين على الآخرين وينسب الجمهور دور المصـدر أو المرشد .

وباختصـار طبقا لهذا النموذج ، فإن اجهزة الاعلام لا تعمل فى فراغ اجتمـاعى ولكنهـا تعمل داخل شبكة معقدة جدا من العلاقات الاجتمـاعية وتشترك مع مصادر اخرى فى نقـل المعـارف والمعلومات الى الجمـاعى الصغيرة من الشعب .

ومع وجاهة الافكار الجديدة التى يحملها هذا النموذج والتى كانت تعد كبا لشرط — انذاك بمثابة تطويرا مهمـا لبحوث الاتصال الجماهيرى ، الا ان ثمة بعض الانتقادات التى وجهت الى هـذا النموذج وتتحدد فيما يلى :

١ — قد يكون هنـاك اكثر من مرحلتين فى عملية تنـاقل المعلومات من اجهزة الاعلام الى الجمـاهير . فقد تصـل المعلومات أولا الى بعض الافراد ومن هؤلاء الى الذين يدخلون فى دائرتهم الاجتماعية الى الافراد الاكثر انعزالا واقل ارتباطا بهم .

٢ — ان جمهور قادة الرأى ، يمكن أن يكـون منفصـلا ما دام لا يعنى هؤلاء الذين تصدر منهم فعلا الافكـار .

Illiya Harik, Political Mobilization of Peasant Astady (1) of an Egyptian Community, Indiana University Press London 1971, PP. 147-148.

٣ — قد يحدث التأثير مباشرة من اجهزة الاعلام على الأفراد المتعرضين لهذه الأجهزة ، ولنه ليس من الضرورى أن تتخللها مرحلة قادة الرأى(١) .

٤ — يفترض النموذج موقفا تصبح بمقتضاه أجهزة الاعلام هى المصدر الوحيد للأفكار والمعلومات فى حين أن قنوات أجهزة الاعلام قد لا تكون المصدر الرئيسى للمعلومات المتاحة (حيث قد توفر هذه المعلومات مصادر أخرى مثل المؤسسات المحلية وخبراء التغيير ... الخ) .

٥ — اذا كان النموذج بما يتضمنه من افكار اساسية يعد ملائما لظروف وواقع المجتمعات المتقدمة ، فانه فى المجتمعات الأقل تقدما يفتقد وجاهته حيث يقل انتشار أجهزة الاعلام فى العديد من مناطق هذه المجتمعات فضلا عن ما يعترى هذه المجتمعات من أزمات وعدم استقرار .

٦ — النموذج يحدد فقط فئتين القادة والاتباع ، ويتجاهل فئة ثالثة من الناس وهم هؤلاء الذين لا يتعرضون لأجهزة الاعلام ولا يتناقشون مع هؤلاء الذين يتعرضون لها اى هؤلاء الافراد غير المشتركين فى دائرة الأفكار ، والافراد غير القادة ليسوا بالضرورة اتباع . وقد اوضح النموذج أن قادة الرأى متلقين ايضا للمعلومات(٢) .

٧ — نموذج الاعتماد المتبادل :

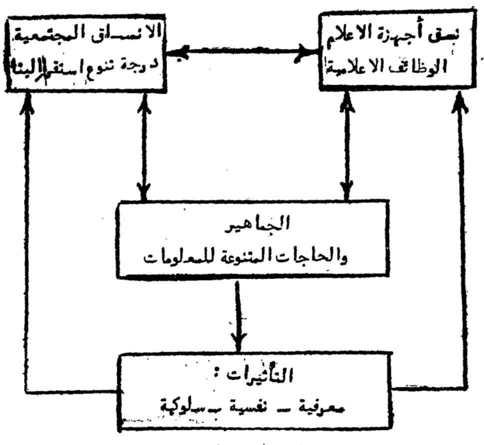
يركز نموذج الإعتماد المتبادل ، الذى وضعه « بول روكتش وديفلير » (B. Rokeach & Defleur) عام ١٩٧٦ ، على الظروف البنائية فى المجتمع والتى تتحكم فى درجة التأثيرات التى تحدثها اجهزة الاعلام ؛ وفى هذا النموذج ينظر الى اجهزة الاعلام بوصفها انساق للمعلومات (Information systems) تعمل اساسيا فى ظل عمليات : استقرار وتغير وصراع ، على المستوى المجتمعى والجماعة الفرعية والفرد ويوضح الشكل التالى الأفكار الرئيسية للنموذج(٣) .

---

(١) شاهيناز طلعت ، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية ، القاهرة مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠ ص ٢٨ .

(٢) Denis McQuail, Op. Cit., P. 51.

(٣) Ball-Rokeach, & Defleur, M., «A dependency Model of Mass Media effects», Communication Research, 3, PP. 3 — 21.



(نموذج الاعتمــاد المتبادل لبول روكتش وديفلير)

والفكرة الأساسية التى يعبر عنها النموذج تتمثل فى أن أفراد الجمهــور فى المجتمعات الحــديثة يتجهون للاعتمــاد على المعلومات التى تبثهــا أجهزة الاعلام لتكوين معارفهم وتوجهاتهم ازاء ما يحدث فى مجتمعهم الخاص . ويتوقف نوع وحجم هذا الاعتمــاد على طبيعة الاوضــاع والظروف البنائية السائدة فى المجتمع وبدرجة أســاسية على مدى تعرض المجتمع للتغيير ، والاستقرار ، والصراع ، وكذلك الوظائف الاعلامية التى تمارسـها أجهزة الاعلام فى الواقع الفعلى .

وعلى ضوء ذلك تتحدد التاثيرات التى تحدث والتى قد تتضمن :

١ ـ تأثيرات معرفية مثل : خلق أو ازالة الغموض ، بلورة الاتجاهات تحديد الإولويات ، تعميق انســاق المعتقدات ، تطوير القيم .

٢ ـ مؤثرات نفســية أو ايحائية مثل : خلق الخوف ، القلق ، تزايد أو تناقص الروح المعنوية (الاغتراب) .

٣ — مؤثرات سلوكية مثل تنشيط أو تهدئة اثارة القضايا أو حلولها ، تقديم أساليب العمل والتصرف فى المواقف المختلفة ، احداث السلوك الخيرى ... الخ .

ومن المفيد فى تفسير النموذج ، أن نوضح أن العناصر الثلاثة الأساسية : الجمهور ، اجهزة الاعلام ، النسق الاجتماعى ، تعمل فى علاقة متداخلة واعتماد متبادل على الرغم من اختلاف طبيعة هذه العلاقة من مجتمع الى آخر ، كما أن كل عنصر يمكن أن يختلف أيضا فى طريقة احداثه للتأثير .

فالنسق الاجتماعى ، يختلف فى تأثيراته طبقا لدرجته من حيث الاستقرار فقد يكون مستقرا تماما ، ولكنه يمر ببعض الأزمات المؤقتة . أو كما هو الحال فى بعض المجتمعات النامية قد يكون خاضعا لظروف التغيير السريع ، وقد يكون النسق الاجتماعى مستقرا ولكنه يشهد تحد جوهرى فى شرعيته ووجوده وفى ظل تلك الظروف ، من المتوقع أن تظهر أهداف جديدة ، وتتحدد اتجاهات وتتدعم قيم قديمة أو حديثة . ويؤدى ذلك الى تنشيط عمليات طرح واستقبال المعلومات .

كذلك ، فان علاقة أفراد الجمهور بالنسق الاجتماعى سوف تختلف باختلاف التغيرات فى الظروف الاجتماعية ، ففى ظل عمليات التغيير فان بعض الجماعات سوف تحصل على مكاسب معينة وجماعات أخرى سوف تخسر بعض مراكزها . ومن المؤكد أن اعتماد الأفراد على أجهزة الاعلام كمصدر للمعلومات سوف يختلف أيضا فجماعة الصفوة مثلا سوف تسعى للسيطرة على هذه الأجهزة وتوجيه عملياتها لتدعيم مصالحها وتصبح هذه الجماعة اقل اعتمادا على أجهزة الاعلام واكثر اتصالا بالمصادر الاخرى الاكثر تأثيرا ودراية بالمعلومات . فى حين تتجه الجماهير من غير الصفوة للاعتماد على أجهزة الاعلام لتزويدها بالمعلومات الضرورية أو على المصادر الشخصية من ذوى المعلومات الأقل اهمية .

كما أن أجهزة الاعلام سوف تختلف فى مدى تنوعها وقدراتها ومدى الثقة بها ففى اطار بعض الظروف أو فى بعض المجتمعات،فان أجهزة الاعلام قد تصبح اكثر اهمية فى تقديم المعلومات السياسية والاجتماعية من مجتمعات اخرى . كما أن هناك تنوع وتباين فى طبيعة الوظائف التى تقوم بها أجهزة الاعلام فى المجتمعات المختلفة .

وبصفة عامة يتميز نموذج الاعتماد المتبادل بعدد من الخصائص يمكن بلورتها على النحو التالى(١) .

---

(١) Denis McQuail & Sven Windahl, Op. Cit., P. 67.

١ — ان النموذج يفتح مجالا واسعا لاحتمالات التأثير وبذلك تحاشى الباحثان اتخاذ موقف محدد حول مدى تأثير او عدم تأثير اجهزة الاعلام فى المجتمع ، فهو يقررفقط ان ثمة احتمال للتأثير ، وان هذا التأثير يعتمد على مجموعة متباينة من الظروف التىتجتمع فى موقف معين .

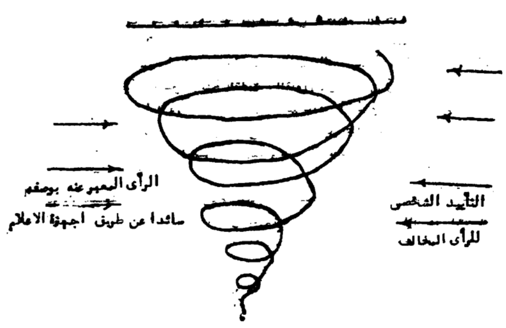
٢ — ان النموذج يوجه الاهتمام الى الاوضاع البنائية والظروف التاريخية للمجتمع اكثر من المتغيرات الفردية او الشخصية فى تحديد تأثيرات اجهزة الاعلام .

٣ — يؤكد النموذج على حقيقة أن التأثيرات متبادلة فأجهزة الاعلام تؤثر على النسق الاجتماعى ، كما أن النسق الاجتماعى يؤثر على اجهزة الاعلام . وهكذا ، فقد يؤدى ممارسة اجهزة الاعلام لدورها الى المطالبة بتغيير أو اصلاح وضعية اجهزة الاعلام فى المجتمع وتحديد دورها .

واما كانت الافكار التى يعضها النموذج ، فان ما يضعف فاعليته ، فى تقديرنا ، هو معالجة النموذج فى فروض واستقلال العناصر المختلفة لعملية الاتصال وبالذات استقلال نسق اجهزة الاعلام عن النسق الاجتماعى ، حيث يبدو ان الأول يفهم باعتباره مصدرا طبيعيا غير سياسى قادر على تلبية اية احتياجات يمكن أن تظهر لدى افراد الجمهور ، او المجتمع . فى حين ان اجهزة الاعلام ترتبط بصورة قوية أو هى تخضع فى ممارستها لوظائفها للقوى المسيطرة فى المجتمع .

٨ — نموذج فرض الصمت : (The Spiral of silence's Model)

يناقش هذا النموذج الذى قدمته باحثة علم الاجتماع الالمانية اليزابيث نويل نيومان (Elisabeth Noelle Neumann) اسلوب تشكيل الراي العام وقد سعت اليزابيث الى تقديم اجابة عن هذا السؤال تتلخص فى التفاعل المستمر بين الاتصال الجماهيرى والاتصال الشخصى ، وادراك الفرد لرأيه الخاص فى علاقته بالآراء الاخرى فى المجتمع . ويصور الشكل التالى الافكار الاساسية لنموذج فرض الصمت :



(كلما قل التأييد للراى المخالف ادى الى حدوث الصمت)

ويستند النموذج فى اساسه على الفكرة التى طرحها عالم النفس الاجتماعى « البورت » عام ١٩٣٧ ومؤداها : ان راى الفرد الخاص يعتمد الى حد كبير على ما يعتقده الآخرون او بالتحديد على ما يدركه المرء انه راى الآخرين .

والمنطق فى ذلك هو أن معظم الافراد يميلون الى تلافى العزلة او عدم التمرد فى المواقف والمعتقدات ، ولذلك فان المرء يراقب بيئته الخاصة لكى يعرف اى وجهات النظر هى السائدة او التى تحظى بالقبول والقوة وأيها اقل انتشارا أو أفولا . فاذا أيقن المرء بأن وجهة نظره تقع فى الفئة الأخيرة فانه سوف يكون اقل ميلًا للتعبير عنها لسبب بسيط هو الخوف من العزلة .

ووفقا لآراء صاحبة النموذج ، فان الراى السائد او المنتشر يتكون على النحو التالى(١) :

كلما تزايد ادراك الأفراد للاتجاهات القائمة ، فانهم يسعون الى تكييف وجهات نظرهم طبقا لها ويؤدى ذلك الى تزايد ظهور الراى المرتبط بها ويظل يتزايد الراى حتى يسود . بينما يميل الراى المخالف الى الافول والتوارى ، وهكذا ، فان اتجاه الفرد للجهر براى معين وكتم الآخر يصبح بداية لمطوية حلزونية التى تشكل باطراد رايا يصبح هو السائد .

(١) أنظر فى ذلك :

E. N., Neumann, The Spiral of Silence, a theory of Public opinion, Journal of Communication, 24 PP. 43 — 51.

بيد أن ادراك الفرد ومعارفه ليست هى العنصر الوحيد الذى يعمل هنا ؛ وانما تعد أجهزة الاعلام عنصر آخر ، حيث غالبا ما تلعب هذه الاجهزة الدور الاساسى فى تحديد وجهة النظر السائدة . كذلك فان عنصرا ثالثا يؤثر فى العملية ، وهو درجة التأييد والقبول من الناس فى البيئة للرأى حيث يظل الفرد محتفظا برأيه فى نفسه طالما لم يظهر الآخرون اهتماما بهذا الرأى وكذلك اجهزة الاعلام . ويؤدى نقص التأييد المعبر عن رؤى الشخص الخاص فى الاتصال الشخصى الى فرض الصمت وعدم التعبير عن الرأى .

وقد سعت صاحبة النموذج لتأكيد صحة افتراضاتها هذه بالاشارة الى التغيرات التى حدثت بمرور الوقت فى مجالات عديدة للرأى العام فى جمهورية المانيا الاتحادية . وخلصت بعد ذلك الى وجود علاقة قوية بين مدركات الرأى الغالب وتعبيرات الرأى الشخصى والمؤشر هنا للرأى الغالب هو آراء الكتاب والصحفيين ورجال الاعلام . حيث تقوم أجهزة الاعلام من خلال هؤلاء الأفراد بصياغة تصورات الرأى السائد ومن ثم تؤثر على الآراء الفردية بالطريقة التى يفترضها النموذج .

ويبدو واضحا أن الأفكار التى عبر عنها النموذج ، وان كانت ليست جديدة فى حد ذاتها الا انها قدمت بطريقة جديدة ، وتشير الى الانتشار الواسع لأجهزة الاعلام ودورها كمصدر للمعلومات وترويج الافكار وحقيقة التفاعل الذى يتم فى الواقع بين الاتصال الجماهيرى والشخصى .

بيد أن النموذج يتجاهل الحالات التى يفشل خلالها العديد من الأفراد فى توصيل الآراء الخاصة الى بعضهم البعض ويتملكهم الشعور بأنهم ينتمون الى الأقلية المخالفة ، وفى أحيان كثيرة فان الأغلبية ربما تقبل بصورة غير علنية وجهة نظر الاقلية ، كما أن الاقلية القوية ذات الصوت العالى قد تتمكن من فرض اجماع زائف أو ما يمكن أن نطلق عليه صمت الاغلبية
(Silent of Magority)

كذلك ، فان النموذج بصورته الحلزونية ، يثير تساؤلا حول مدى تعبير الحلزونية عن تغير الاتجاه . فالرأى المنحرف أو المقيد او غير السائد يمكن فى ظل ظروف افضل أن يعاود الظهور والانتشار بسرعة غير متوقعة . كما أن الأمر الأكثر اهمية والذى يتجاهله النموذج يتحدد فى مدى انسجام مضمون أجهزة الاعلام المختلفة حول موضوعات الرأى المفترض سيادته . ويتطلب ذلك تحليلات مركزة حول مضمون أجهزة الاعلام للتعرف على ما اذا كانت تتعامل بصورة ملائمة ومتكاملة مع المشكلة موضوع الرأى . واذا كانت عملية تشكيل الرأى التى يصورها النموذج تحدث غالبا بصورة مؤكدة وثابتة تحت ظروف ومستويات معينة الا أن مدى حدوثها ما زال غير معروف .

ثانيـــا : دراسة عملية الاتصال (رؤية محلية) :

اشرنا من قبل الى ندرة محاولات التنظير المحلي لفهم ودراســـة عمليـــة الاتصال فى المجتمعات العربية(*) . وان عدم توافر قاعدة البيـــانات أو بحوث ميدانية جادة ومتكاملة ، يجعل اى محاولة من جانب الباحث للدخول فى هـــذا المجال أمرا بالغ الصعوبة والتعقيـــد . ومع ذلك فان ما توافر لدى الباحث من خبرة بحثية امتدت لأكثر من عشر سنوات حتى الآن من العمل بالمركز القومى للبحوث الاجتمـــاعية والجنائية ، واشتراكه فى اجراء العديد من الدراسات الميدانية سواء بمفرده او فى اطار جماعى حول عملية الاتصال ، يمكن أن يوفر بداية طيبة للاجتهاد فى تقديم رؤية محلية تتيح فهما افضل لعملية الاتصـــال فى المجتمع المصرى وتفتح الطريق لاسهامات اخرى جادة فى هذا المجال .

وقبل ان نبدأ فى بيـــان معالم هذه الرؤية ، وتحديد العنـــاصر الاساسية الفاعلية فى عملية الاتصال ، ينبغى أن نوضح أو لعله قد اتضح من العـــرض السابق للنماذج والتصورات السابقة ، اننا أمام عملية بالغة التعقيد والتشابك تتداخل فيهـــا عناصر ومتغيرات عديدة ، يصعب على الاقل من الناحية النظرية حصرها وابرازها فى نموذج نظرى شـــامل ، وتزداد هـــذه الصعوبة ، على ضوء غموض الواقع الاجتماعى وشدة تناقضه فى المجتمعات العربية وحتى اذا أمكن حصر هذه المتغيرات ، فان هـــذا النموذج سوف يتحـــول الى صـــورة يصعب قراءاتها . ويفقد بالتالى اهم وظائف النماذج وهى التحديد والتبسيط . وبالتـــالى ، ليس لأحد أن يتوقع من الباحث هنـــا التوصل الى نموذج عـــام ومحدد يفسر عمليـــة الاتصال فى المجتمع ، ويتضمن كل العمليات الرئيســـية والفرعية المؤثرة فى هذه العملية من خلال وجهة نظر واحدة . وانما المتوقع هو اظهار العناصر الاساسية فى العملية ومايوجد بين هذه العناصر من علاقات .

لقد تلاحظ وجود قصـــور فى العديد من النمـــاذج النظرية الموجودة فى التراث ، وعدم وجود تطابق بين كثير منها وما يحدث فى الواقع الفعلى لعملية الاتصـــال وبالذات الجماهيرية منها ، فمن ناحية اتجهت معظم هذه النماذج الى التبســـيط الشديد للعملية واختزالها بصورة مخـــلة رغم ما يحيط بهـــا من تعقيـــد . فالجمهور ليس مجموعة سلبية من المتلقين ، كمـــا انه ليس كلا متجانســـا ، وان القائم بالاتصال ليس فرادا وانما مؤسســـة لها ميكانزماتها وظروفها ، ومن ناحية اخرى تجاهلت غالبية هذه النماذج السياق الذى يعمل فيه الاتصـــال وتأثيره فى توجيه العملية الاتصالية وتحديد نتائجها .

كذلك ، اغفلت هذه النماذج التعرض لأثر البعد الدولى فى عملية الاتصال

(*) نفهم عملية الاتصال هنـــا بنمطيها الشخصى والجماهيرى ، لاقتناع لدى الباحث باهمية التكامل بين النمطين واســـتحالة فهم احداهما بعيـــدا عن الاخر .

فلا يوجد — على حد علمى — نموذج نظرى واحد من نماذج الإتصال اهتم حتى الآن بهذا الجانب على اهميته سواء فى اطار الواقع الحالى أو ما يستجد مستقبلا من تطورات تكنولوجية جديدة فى مجال الاتصال الدولى والبث المباشر عبر الاقمار الصناعية الى المجتمعات المختلفة . كما لم تهتم هذه النماذج — فى غالبيتها — ببحث مستويات التأثير المقصودة وأنماطها ، وكذا الوحدات الواقع عليها التأثير سواء كانت هذه الوحدات أفرادا أم مؤسسات أم نظما اجتماعية ... الخ . كما لم تهتم هذه النماذج بعملية رد الفعل على اهميتها وبالذات فى الاتصال الجماهيرى ، وفهمت هذه النماذج العملية على أنها علاقة خطية تتجه من الجمهور الى القائم بالاتصال . مع أن الواقع يشير الى ان الجانب الاكبر من هذه العملية يأتى من جانب القائم بالاتصال نفسه وليس من قبل الجمهور . وذلك من خلال الأبحاث الميدانية واحتكاكات وملاحظات القائم بالاتصال وفضلا عن ذلك ، مالت النماذج الى الفصل بين عمليات الاتصال الجماهيرى والشخصى ، وفضل كل نموذج وصف مكونات كل عملية على حده ، فى حين ان التكامل بين النمطين فى الواقع الفعلى ، أمر وارد(١) . بل أن جانبا كبيرا من مضامين اجهزة الاعلام يتم ترويجها ونقلها عبر اساليب الاتصال الشخصى وبالذات فى المجتمعات الريفية حيث تقوم اجهزة الاعلام بتغذية وتدعيم انماط الاتصال الشخصى التى تلعب الدور الأساسى فى هذه المجتمعات(٢) .

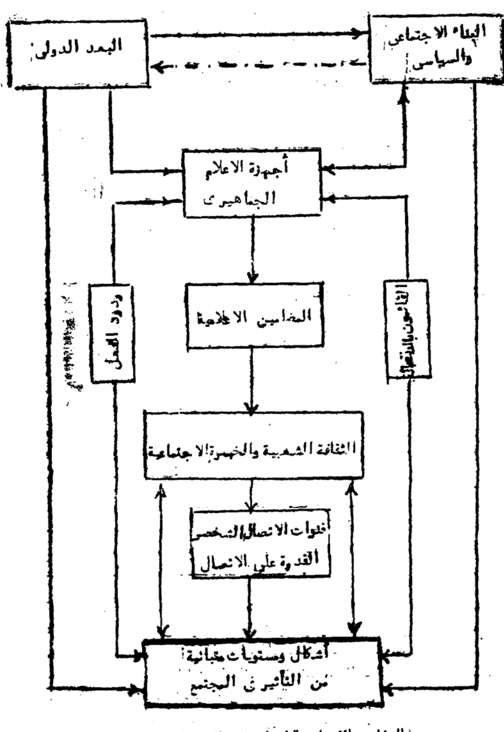
وانطلاقا مما تقدم ، فان عناصر النموذج الذى نقدمه هنا لفهم عمليات الاتصال تمثل العناصر الأساسية لأى عملية اتصال فى أى مجتمع بشرى بيد أن هذه العناصر ينبغى الا ينظر اليها بصورة منعزلة أو منفصلة عن بعضها البعض ، وانما هى فى عملية تفاعل مستمرة وحركة دائبة ، تعبر عن العملية الدينامية التى تربط بين كل منها وبعبارة أخرى لا تشير عناصر النموذج المقترح الى علاقات تفاعل نمطية رتيبة تربط بين وحداته ، وانما الى حركة دينامية متغيرة تعكس الأوضاع السائدة فى كل مجتمع وما يموج به الواقع فى كل مجتمع من متغيرات ويلعب فى إطارها احد العناصر دورا مسيطرا على العناصر الأخرى ، وفقا للظروف السائدة فى كل مجتمع ، وطبيعة المرحلة التاريخية التى يمر بها . وبالتالى ، فان محاولة النظر الى النموذج فى اطار العلاقات السببية ، أو تحديد متغيرات مستقلة وأخرى تابعة سوف يوقعنا فى اسار النظرة الاحادية أو الحتمية . ومن ثم فان افضل اسلوب للنظر الى عناصر هذا النموذج تكون فى شكل عناصر متكاملة يعتمد كل منها على وجود الآخر . ويظهر الشكل التالى عناصر النموذج المقترح :

---

(١) انظر) على سبيل المثال نتائج بحث الدراسة التالية :

عبد الفتاح عبد النبى ، الاعلام وهجرة المصريين ، دراسة فى الدور التنموى . للاعلام ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٨٩ .

(٢) المرجع السابق ، ص ٢٨١ .



(العناصر الاساسية لعمليات الاتصال فى المجتمع)

ويظهر النمـوذج ان اجهزة الاعـلام الجمـاهيرى لا تعمـل فى فراغ اجتماعى ، وانما تدخل هذه الأجهزة مع بقية النظم والمؤسسـات الاجتماعية الاخرى القائمة فى المجتمع فى شبكة محكمة من العلاقات التبادلية فيما بينها . فمن ناحية تخضع هذه الأجهزة فى ادائها لوظائفها وفى كافة عملياتها لطبيعة البنـاء الاجتماعى والسياسى السـائد فى هذا المجتمع ، فهو الذى يحدد نمط ملكية هذه الأجهزة واساليب تنظيمها وادارتها ، ويفرض الايديولوجية التى تعمل اجهزة الاعـلام فى اطارها ويحدد الوظائف والمهـام التى تؤديها فى المجتمع . ومن ناحية اخرى يمثل البنـاء الاجتماعى والسـياسى مصـدرا من مصـادر المعلومات التى تستقى منهـا اجهزة الاعلام الوقائع والاحداث . ويؤثر بالتالى على نوعية ما يبث عبر هذه الاجهزة من معارف وأفكار .

ومن ناحية اخرى ، فان عمليـات اجهزة الاعـلام ، تؤثر على الانظمـة الاجتماعية السياسية القائمة . وقد اوضح « باى »(Pye) أن اجهزة الاعلام تزود الأفراد بالمعلومات السياسية وبجوهر السياسات القائمة . ومن خلالها يمكن تقويم الانشـطة السياسية او الاطـار الذى ينبغى أن يربط الحكـام بالمحكمين فى النظام السياسى الديمقراطى(١) . وقد اظهرت الابحاث الميدانية ، ان اجهزة الاعلام تسـهم فى بلورة الراى العام وفى توفير قاعـدة اسـاسية لنظام المشـاركة السياسية او ما يطلق عليه المشـاركة الشعبية فى الشئون العامة لمجتمعاتهم عن طريق ابداء الآراء حول القضـايا المختلفة التى قد لا يهتم بها الافراد فى حالة المجتمعات التقليدية او المنعزلة وبحصول الافراد على المعلومات الضرورية حول القضايا والموضوعات المختلفة التى تمس مجتمعهم وعن طريق ابداء الآراء والتعبير عن هـذه القضـايا ، فان الفرد يصبح طرفا فى شبكة الاتصـال القائمة .

وهكذا ، توجد علاقة تأثير وتأثر بين اجهزة الاعلام من ناحية والانظمـة الاجتماعية والسياسية القائمة فى المجتمع من ناحية اخرى ، وان هذه العلاقة ينبغى اخذها فى الاعتبـار عند فهم عمليـات اجهزة الاعلام او تحـديد دورها فى المجتمع وموقفها ازاء المشـكلات المختلفة .

على أن ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية ذاتها ، هو الأكثر اهميـة فى العملية كلهـا . حيث من الواضـح ان قدرة اجهزة الاعلام على تحقيق اتصال فعـال يتوقف على ما يدور داخل هذه المؤسسـات . وما تفرضه من قيـود وقواعد تنظيميـة وبيروقراطية وكذلك ما تفرضه متطلبـات العمل والانتـاج الجمـاهيرى من ضغوط السرعة والمنافسة والبعـد عن التكرار والاخراج ، والمساحة ، والامكانيات المادية ... الخ . وهى ضغوط تفرض على العمل

(1) Lucion Pye, Communication and Political Development Prin centon, Princeton University Press, 1963, P. 3.

داخل المؤسسات الاعلامية وتؤثر بالتالى على مخرجات هذه المؤسسات وتشكيل هذه المخرجات بصورة معينة .

وقد أشار اليوت (Elliot) الى تأثير اساليب العمل داخل المؤسسات الاعلامية على مضمون ما يذاع أو ينشر من مواد اعلامية ، حينما تحدث عن الطبيعة المحدودة جدا للمجال الذى تستمد منه مصدر المعلومة التى تذاع عبر أجهزة الاعلام ، فهى محدودة أو متصورة على افكار فريق العمل ، وما يتوفر لديهم من اتصالات شخصية ، والمعرفة الملائمة بالموضوع ، وما يرد على وكالات الأنباء ، وأكد « اليوت » أن المضمون فى النهاية غالبا ما يخضع لاشكال العرض ومتطلباته ، وجذب اهتمام الجمهور أكثر من رغبة نقل اى شىء ذى معنى له (١) .

ولعل ذلك ينقلنا مباشرة الى دور القائمين بالاتصال الجماهيرى والذين يعملون داخل المؤسسة الاعلامية وهؤلاء الافراد كما هو واضح فى النموذج يمثلون حلقة الوصل بين المؤسسات الاعلامية والمجتمع . فمن ناحية ، يرتبط هؤلاء بالمجتمع باعتبارهم اعضاء يعيشون فيه ويستمدون منه انتماءاتهم وأصولهم الاجتماعية ، وقد قام المجتمع بتأهيلهم وتقديمهم للعمل داخل المؤسسات الاعلامية . ومن ناحية أخرى تضع المؤسسات الإعلامية قواعد وشروط توظيف هؤلاء الأفراد بها وذلك على ضوء بعض الاعتبارات كالمؤهلات العلمية والمكانة الاجتماعية ... الخ . وتكمن أهمية فهم دور القائمين بالاتصال الجماهيرى وتأثيرهم فى عملية الاتصال فى جانبين الأول : تأثيرهم على اساليب العمل داخل المؤسسة الاعلامية ، وفى عملية انتاج المواد الاعلامية ، والثانى : تأثيرهم على المجتمع والجمهور وذلك على ضوء فهم الجمهور لما يتمتعون به من خصائص كالمكانة الاجتماعية والخبر الوظيفية والمصداقية ... الخ .

على أن ما نود أن نلفت النظر اليه ، وتؤكده المعطيات الميدانية(٢) أن هؤلاء الأفراد (القائمون بالاتصال) كثيرا ما لا يكونون بفعل الأهداف والادوار المتباينة والضغوط التي يعملون فى اطارها فى حالة اتصال حقيقى مع الجمهور ، كما تصورهم النماذج عادة ، وحينما يكونون فى حالة اتصال ، فان توجههم يكون غالبا نحو جمهور خاص ومحدود للغاية ويقتصر فى معظم الأحوال على رؤساء العمل وزملاء المهنة أو المسئولين فى الاجهزة

---

(١) Denis McQuail, Towards A Sociology of Mass Communication Collier Macmillan London, 1980 P. 184.

(٢) انظر المرجع التالى :

عبد الفتاح عبد النبى ، سسيولوجيا الخبر الصحفى ، دراسة فى انتقاء ونشر الاخبار القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ ص ٢٢٥ .

التنفيذية الذين يستقون منهم المعلومات . واذا سلمنا بذلك ، فان ثمة احتمال بألا يكون هؤلاء مهتمين بالسعى للتأثير فى الجمهور العام او المقصود كما قد لا يكون لديهم تصور محدد عن الجمهور الذى يتوجهون اليه ، مما يضعف من فاعلية الاتصال .

ويخرج المضمون الاعلامى من الوسائل الاعلامية الى الجماهير ، على ان هذه الجماهير المتعددة والمتنوعة المصالح والاهتمامات ، تتلقى هذه المضامين فى اطار ثقافة شعبية معينة ونقصد بالثقافة الشعبية مجموعة الأفكار البسيطة التى تنتشر بين عامة الشعب وتعبر عن النفسية الاجتماعية لرجل الشارع ومشاعر وأحاسيس وأساليب تفكير الناس وتعكس ظروف حياتهم ونمط تفاعلاتهم اليومية مع بعضهم البعض ومع البيئة .

وتشكل الثقافة الشعبية بهذا الفهم ، الصورة النمطية (Stereotype) التى تتلقى وتفسر الجماهير على ضوئها المضامين الاعلامية ويقومون بتطويعها بصورة تلقائية وانتقائية وفقا لتصوراتهم وتوقعاتهم واهتماماتهم واحتياجاتهم ، وتلعب هنا الخبرة الاجتماعية للفرد وسماته الشخصية والاجتماعية الدور الأساسى فى تحديد امكانياته فى التعرض للمضامين الاعلامية وفى درجة تأثره بهذه المضامين بصورة مباشرة .

وكما هو واضح من النموذج ، فان المضمون الإعلامى ، قد يصل مباشرة الى الأفراد فى المجتمع أو يمر عبر قنوات الاتصال الشخصى التى تلعب دورا بالغ الاهمية — كما يصور النموذج — فى نقل المضامين الاعلامية وفى تدعيم أو اعاقة نشر هذه المضامين وتحديد كفاءتها التأثيرية . وقد اتضح هذا الدور من خلال دراسات عديدة منها على سبيل المثال ، الدراسة التى أجراها « بول نيوراث » على برامج الراديو فى قرية هندية ، فقد وجد «نيوراث» انه فى المواقف الضابطة حيث كان المستمعون أشخاصا فى وضع عادى لم تمارس هذه البرامج اى تأثير ولكن حينما نظمت جماعات الاستماع وأديرت مناقشات حول البرامج بعد اذاعتها مباشرة أحدثت هذه البرامج تأثيرا كبيرا ولقيت اغلب المستمعين الاقتراحات التى قدمتها(١) .

ويذهب البعض الى أن عضوية الجماعات الصغيرة الاولية كالأسرة ، والدائرة الحميمة من الاصدقاء ، أقوى تأثيرا فى تقرير قيم الفرد واتجاهاته وسلوكه من أى تأثيرات تقوم بها أجهزة الاعلام فيلجأ الأفراد الى هذه الأجهزة سعيا وراء ما يريدونه وليس ما تريد وسائل الإعلام أن تحدث فيهم من أثر . وللأفراد فى ذلك خيار ضخم نظرا لتعدد وسائل الاعلام وكثرة

---

(١) نقلا عن محمود عودة ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، مرجع سابق ، ص ١٠٢ .

وجداتها . كما ان للافراد دفاعاتهم فهم يدافعون عن معتقداتهم الراسخة كما يميلون للاعتماد على مثلهم الاجتماعية ومرشديهم الخصوصيين ، وتعمل القنوات الشخصية للاعلام جنبا مع وسائل الاعلام وتقوم بتصفية الرسائل الصادرة من هذه الوسائل ، ولما كان كل فرد محصورا فى شبكات من الاتصال الشخصى فان نجاح أى رسالة صادرة عن اجهزة الاعلام يتوقف على مدى تأييد البيئة الاجتماعية او الشبكة او معارضتها للرسالة(١) .

وتتأثر قنوات الاتصال الشخصى كما هو الحال فى قنوات الاتصال الجماهيرى بالعديد من المتغيرات فهي اولا : تتأثر بما يتوافر لدي الأفراد من قدرات على الاتصال والتفاعل مع بعضهم البعض وهى القدرات التى تتحدد على ضوء السمات الشخصية ، والمكانة الاجتماعية / الاقتصادية للفرد ، والدور الذي يلعبه فى الحياة العامة ، كما تفرض القيم الثقافية السائدة وطبيعة البناء الاجتماعى والسياسى التأثيرات الفاعلة ايضا على قنوات الاتصال الشخصى .

وعلى ضوء خصائص المضمون المقدم ، ونمط الثقافة الشعبية السائدة التي يتداول المضمون خلالها ، والخبرة الاجتماعية لاعضاء الجمهور وسماتهم الشخصية والاجتماعية وخصائص البناء الاجتماعي ومدى التفاعل ومساندة قنوات الإتصال الشخصي ، تتحدد أنواع ومستويات التأثير في العملية الاتصالية. فقد تأخذ هذه التأثيرات شكل تغيير رؤى وطموحات الافراد او زعزعة مجموعة من القيم والاتجاهات السائدة وابراز قيم اخرى او الحد من كثافة اتجاهات معينة . وقد تاخذ التأثيرات شكل تدعيم بعض القيم والاتجاهات ، وقد يقتصر التأثير على تزويد الافراد بالمعارف والمعلومات . وقد يمتد ليشمل تشكيل الآراء والاتجاهات وتغيير انماط السلوك . وتحول مستوى التأثير . قد يتحدد هذا المستوى فى الفرد او فى الجماعات الاجتماعية او النظم الاجتماعية او المجتمع ككل ، وقد تأتى هذه التأثيرات آنية وعاجلة وقد تأخذ صورة تراكمية وممتدة . وكما هو واضح فى النموذج فان هذه التأثيرات تؤثر بدورها على الثقافة الشعبية والخبرة الاجتماعية للافراد تدعيما او تغييرا فكأن هناك علاقة جدلية بين الثقافة والاتصال ، فالثقافة الشعبية تؤثر على الطريقة التى يتعامل بها الافراد مع اجهزة الاعلام ، كما أن مضامين هذه الاجهزة ونتائج عملياتها يؤثر فى الثقافة السائدة وهكذا .

على اننا نعود فنؤكد ان التأثيرات التى تتركها عمليات الاتصال بنمطيها الشخصي والجماهيرى تظل محكومة بصلة بالبناء الاجتماعى

---

(١) عبد العزيز شرف ، وسائل الإعلام وهندسة العادات والتقاليد ، مجلة المنهل ، العدد ٤٦٣ ، السنة ٥٤ ، المجلد ٤٩ ، مايو ١٩٨٨ ص ٢٢ .

والسياسي والثقافي ، الذي يعيش في اطـاره الفرد ، فقـد يعجب الفرد بفكرة جرى نقلها اليه خلال العملية الاتصالية ، ولكنه لا يتمكن من ممارستها لضغوط قد يتعرض لهـا بفعل عوامل قد تتعلق بالامكانيات أو مجموعة القيـم والمعايير والأعراف السـائدة بين الجماعات الاجتماعية التى يتعامل معها الفرد وان كان ذلك لا يمثل حكمـا عاما ، حيث ان الأمر سيختلف باختلاف نوعية الافكار والتصرفات المطروحة وايضـا باختلاف الافراد من حيث السمات الشخصية والاجتماعية ومدى التزامهم بمعايير الجمـاعة ومع ذلك وبافتراض عـدم توافر الامكانيات المـادية للفرد أو شدة ولائه لمعايير الجماعة فان الفكرة تظل كامنة لديه حتى تتهيأ له الظروف لممارستها .

ويعد قيـاس رد الفعل للرسـائل الاعلامية التى توجهها أجهزة الاعلام الى الجمهور من اهم العمليـات المؤثرة فى عمليـة الاتصال ولا تقل أ همية عن دور القائمين بالاتصـال فى العملية كمـا يصور النموذج ، فاذا كان رد الفعل فى الاتصـال الشخصى تلقائيا ومبـاشرا ويستطيع القائم بالاتصـال على ضـوء ردود افعـال المتلقى تغيير وتكييف منبهاته باستمرار مما يحقق دعمـا وفعالية اكبر لهذا النوع من الاتصـال ، فان الأمر جـد يختلف فى الاتصـال الجماهيرى فالقائمين بالاتصـال الجمـاهيرى ليسوا على اتصـال مبـاشر بالجمهور وفى اغلب الأحوال ليس لديهم معلومات كافية عنه ، كمـا أن هذا الجمهور غير متجانس ومتباعد ويعيش فى اطار ظروف وأوضاع متباينة وما لم يكيف القائمون بالاتصـال رسائلهم باستمرار وفقا لهذه المتغيرات فمن المحتمل فشـل عمليـة الاتصال برمتها .

على أن اغلب نمـاذج الاتصـال ، قد إختزل هـذه العمليـة ـ على اهميتها — فى مجرد خط يتجه مؤشره من الجمهـور الى القـائم بالاتصـال متجاهلين بذلك أن هذه العملية يقـوم بهـا فى الأسـاس أو هى على الأقل مسئولية القائمين بالاتصـال انفسهم او المؤسسـة الاعلامية التى يعملون بهـا حيث تلعب الابحاث والمسوح والدراسات التى تقوم بهـا المؤسسـة على الجمهور دورا فى توفير بيانات حول رد فعل الجمهور لرسـائل هـذه المؤسسـة . ومن هنـا يصور النموذج هـذه العمليـة فى خط ذى مؤشر مزدوج ، حيث قد يأتى رد الفـعل من اعضـاء الجمـهور الى المؤسـسة الاعلامية أو تقـوم المؤسسـة بنفسـها بمهمة التعرف على رد الفعـل لدى الجمهور . وتكمن اهمية ذلك فى توجيه الانتبـاه الى ضرورة قيام المؤسسات الاعلامية — وباستمرار كمهمة اسـاسية — باجراء الدراسات والمسـوح للتعرف على خصائص جمهورها وردود افعالهم تجاه رسائلها وعدم الاكتفاء بانتظار قدوم رد فعـل الجمهور اليهـا بالطرق التقليـدية أو بمبـادرة من الجمهور ذاته حتى يمكن رفع كفـاءة الاتصال .

فاذا انتقلنـا الى البعد الدولى فى النموذج ، نجد أن هذا العنصر ،

الذى تجاهلته حتى الآن معظم نمـاذج الاتصـال على خطورته يمارس دورا مباشرا ومؤثرا فى العملية الاتصـالية من خلال علاقته بثلاثة عناصر اساسـية فى النموذج وهى : البنـاء الاجتمـاعى والسياسى والمؤسسة الاعلاميـة ، والمجتمع كأفراد ، وذلك فى اطار علاقات القوى السـائدة فى عالم اليـوم ، وممارسة الدول الكبرى والمتقدمة نفوذا متزايدا على المجتمعات الاقل تقدما . وبصـفة عامة يمكن القول ان البعد الدولى يؤثر فى عملية الاتصال من خلال اربعة ابعاد اسـاسية : البعد السياسى الايديولوجى ، البعد الاقتصادى التكنولوجى ، البعد التنظيمى او المؤسسى ، البث الاعلامى المباشر .

فمن الثابت انقسام العالم الى دول متقدمة واخرى اقل تقدما ، وان هذه الدول المتقدمة ، تحاول فى تعاملاتها مع الدول الاقل تقدما فرض توجهاتها السياسية والفكرية ، والتأثير فى نظم ومؤسسات الحكم فى المجتمع النامى ، ويبدو التأثير واضـحا فى هـذا المجـال فى تدخل هذه الدول بصورة مباشرة أو غير مبـاشرة فى تحديد طبيعة وضـعية اجهزة الاعلام وبالذات فيما يتعلق بنمط الملكيـة واسـاليب اداء اجهزة الاعـلام وتوجهاتها الأيديولوجية بحيث تتفق مع نظم واساليب ادارة هذه الاجهزة فى الدول المتقدمة على تنوعها .

اما فيمـا يتعلق بالبعـد الاقتصادى التكنولوجى ، فاننا نجد ان السوق الراسمالية العالمية تمارس دورها فى تزويد المؤسسات الاعلامية بالوسـائل التكنولوجية وادوات الاتصـال الحديثة والتى تؤثر بصورة مباشرة على كفـاءة عملية الاتصال فى المجتمع المحلى . ويرتبط البعد التنظيمى او المؤسسى بالبعدين السابقين ، ويتمثل فى الرابطة التى تربط بين المؤسسـات الاعلاميـة المحلية والمؤسسات الاعلامية العالمية ووكالات الأنباء وشركات الاعلان والاتصـال الدوليـة . وطبيعة العلاقات القائمة بينهما ، حيث تمارس المؤسسات الدولية بصفة عامة سواء بطريق مباشر او غير مباشر دورها فى التأثير على المؤسسات الاعلامية المحلية[1] عن طريق التحكم فى تزويدها بالبيانات والمعلومات اللازمة حول الأحداث والوقائع التى تدور فى مختلف انحاء العالم ، بل وفى كثير من الأحيـان بالمعلومات المحلية التى تعجز اجهزة الاعلام المحلية نتيجة لضـعف امكانياتها المـادية او لسوء عمليـات التنظيم والادارة او بفعل عمليات التقييد والتوجيه الصارمة التى تتعرض لهـا هذه الأجهزة فى العديد من بلدان العالم الثـالث .

اما البعد الرابع ، فيتمثل فى البث المباشر ، سواء من خلال الصـحف

---

(١) للوقوف على عرض مفصـل لطبيعة هذا التأثير وعلاقة التبعية التى تربط المؤسسـات الاعلامية المحلية بالمؤسسـات الاجنبية . أنظر :

عواطف عبد الرحمن ، قضـايا التبعية الاعلامية والثقافية فى العالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

الاجنبيـــة الوافدة او الاذاعات الدوليـــة ، او البث التليفزيونى عبر الاقمـــار الصناعية . وتؤثر هـــذه المضامين على ثلاثة عنـــاصر اساســـية فى العملية الاتصالية ، العنصر الأول اجهزة الاعلام المحلية حيث عادة ما يستنفذ جانبـــا كبيرا من جهد هذه الأجهزة فى ازالة آثار المضـــامين الوافدة وبالذات غـــير المرغوبة او المناهضة لسياسة الدولة ، والعنصر الثانى ، على قنـــوات الاتصال الشخصى ، حيث تتولى هذه المضامين الوافدة تغذية هـــذه القنوات بالمعلومات والوقائع وبالذات تلك التى تتجاهلها قنوات الاعلام الرسمية ، المحلية ، اما العنصر الثالث فيتعلق بالجمهور حيث تترك المضـــامين الاجنبية تاثيرات مباشرة على الجمهور المحلى .

ومن الجدير بالذكر ، ان فاعلية وتاثير المحاور الاربعة المتعلقة بالبعـــد الدولى ، تتوقف على طبيعة نظم الحكم المحلية واســـاليب الحياة الثقافية لهذه المجتمعات حيث ان المؤســـســـات الاعلامية فى بلدان العالم الثـــالث وقنوات الاتصـــال الشخصى ، وافراد الجمهور فى هذه المجتمعـــات ليســـوا متلقين سلبيين للتأثيرات القادمة من قنوات الاتصـــال الدولية وانمـــا تلعب نظـــم الحكم والخصوصية الذاتية والثقافة الشعبية دورا مهمـــا فى تحـــديد مـــدى الدور الذى تلعبه هذه القنوات وفى عمـــق تاثيرها على جمهور هذه المجتمعات وعمليـــة الاتصـــال بها بصـــفة عامة .

الفصل الثالث

تكنولوجيا الاتصال (الماهية والتوظيف)

الفصل الثالث

تكنولوجيا الاتصال (الماهية والتوظيف)

اظهر العرض السابق لماهية الاتصال وعملياته ، أن الاتصال على اختلاف أشكاله ومستوياته يتحقق من خلال وسيط ، هذا الوسيط يلعب دورا مهم فى عملية الاتصال والتأثير على نتائجها(*) . ومهمة هذا الفصل ، هو تسليط الضوء على هذا الوسيط التكنولوجى ، ومحاولة التعرف على ماهية تكنولوجيا الاتصال وخصائص هذه التكنولوجيا ومدلولاتها الثقافية واسلوب توظيفها فى الحياة العامة كمدخل يساعدنا فيما بعد على فهم طبيعة العلاقة بين هذه التكنولوجيا والثقافة المحلية وهو الهدف الأساسى من هذا العمل .

١ — مفهوم تكنولوجيا الاتصال :

يشير معجم اللغة الانجليزية (oxford dictionary) ان كلمة (Techni) تعنى اسلوب اداء او المهنة ، وان كلمة (Teehnology) تعنى العلم الذى يدرس تلك المهنة ، وترتبط كلمة تكنولوجيا فى الاذهان العامة بالأدوات والآلات المتطورة الحديثة التى يبتكرها الانسان لتدعيم قدرته على التعامل مع البيئة التى يعيش فيها(١) . فالانسان لديه قدرة على البصر لكن هذا البصر الانسانى محدود ، فسعى الانسان الى اختراع اداة او وسيلة يستطيع من خلالها ان يلاحظ بدقة الأشياء المتناهية فى الصغر او تلك التى تقع على مسافات بعيدة ، فكان ابتكار أدوات الميكروسكوب والتلسكوب وغيرها ، كما يوجد لدى الانسان جهاز السمع ولكنه ايضا محدود وقاصر فسعى الى ابتكار وسيلة تمكنه من سماع الأصوات التى تصدر على بعد آلاف الكيلومترات ، فجاء اختراع الراديو والتليفزيون وغيرها ، وهكذا يشير مصطلح التكنولوجيا الى مجمل الحيل او الطرق او الوسائل التى يستخدمها الانسان فى تلبية احتياجاته ومعالجة ما يواجهه من مشكلات فى حياته اليومية

(*) فى الاتصال الشخصى مثلا ، تعد اللغة ، والاشارات ، والرموز والخطابات وشريط التسجيل ... الخ وسيط تكنولوجى لتحقيق الاتصال كما تعد الصحف ، والراديو ، والتليفزيون ، والسينما والكتاب ... الخ وسائط تستخدم فى مجال الاتصال الجماهيرى .

(١) ابراهيم البسيلى ، تعلم غير متوازن ، مجلة العربى ، مايو ، ١٩٨١ ص ٦٠ .

وقد شاع استخدام مفهوم التكنولوجيا فى الآونة الأخيرة فى العديد من الكتابات ، بيد أن المدقق فى هذه الكتابات — على اختلافها يلاحظ تفاوت نظرتها الى هذا المفهوم وتراوح استخدامه بين التطبيق الذى يقصر المفهوم على مجرد الطريقة أو الأداة التى يستخدمها الانسان فى عمل أو عملية ما والشمول الذى يوسع من نطاق المفهوم ليشمل مجموع الآلات والأنظمة ووسائل السيطرة والتجميع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات ... الخ كما يلاحظ أن البعض قد يقصر اطلاق هذا المفهوم على الاختراعات والتقنيات الحديثة وبالذات المستوردة من الدول المتقدمة فى حين قد يشير مفهوم التكنولوجيا لدى البعض الآخر الى كل الاختراعات والتقنيات الحديثة والقديمة التى يستخدمها الانسان فى تلبية احتياجاته اليومية ، وبذلك ، فان المحراث اليدوى الذى يستخدمه الفلاح فى حرث الارض ، والشادوف الذى يستخدمه فى رفع المياه ورى مزروعاته ، تعد أدوات تكنولوجية تلبى للفلاح حاجته للزراعة ، وتساعده على حل المشكلات التى تواجهه فى هذا المجال مثلما هو الحال مع المحراث الآلى وماكينة الرى فالاختلاف بين الآلتين ، المحراث اليدوى والمحراث الآلى هو اختلاف فى القدرة على الأداء ، والكفاءة فى تلبية الاحتياجات ومعالجة المشكلات . كذلك ، فان قرع الطبول ، أو اشعال النار ، أو الصعود الى المئذنة للاذان او الكتابة على الحائط تعد فاسون تكنولوجية تستخدم فى مجال الاتصال ونقل المعانى للآخرين تماما مثلما هو الحال مع الراديو أو التليفزيون او الصحيفة ... الخ . ومع اختلاف القدرات بينهما ، الا أنها جميعا تعد أدوات تكنولوجية كان وما يزال يستخدمها الانسان لتلبية رغباته فى الاتصال وتحقيق التكامل مع الآخرين .

ويفرق البعض بين التكنولوجيا والعلم فالتكنولوجيا فن معرفة الوسيلة فى حين أن العلم هو معرفة العلة(١) . ويرى « سيد عويس » أن التكنولوجيا نشأت مستقلة عن العلم طوعها الانسان بالتجربة . لقد عرف الانسان مثلا تكنولوجيا التعدين كاستخلاص الحديد والنحاس والذهب وغيرها من خاماتها قبل أن يلم بالمعارف العلمية التى تستند عليها عمليات الاستخلاص. وعرف الانسان الفلاحة واختيار المحاصيل وتربية الحيوان قبل أن يلم بالمعارف العلمية عن دوره حياة النباتات وعلوم الوراثة ، بيد أنه يرى انه مع التقدم السريع الذى أحرزته البشرية فى مجال العلوم أصبحت العلاقة بين العلم والتكنولوجيا علاقة وثيقة عطاءا وأخذا ، فقد قامت مثلا تكنولوجيا الاتصال عبر الاقمار الصناعية على أساس من نتائج علوم الفضاء

(١) فلاح شتيمه جبر ، مشاكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ ص ٥ .

والفلك والالكترونيات ، كمـا أن هذه التكنولوجيا قد زادت من قدرة هـذه العلوم على ارتياد مجالات أفسح وأعمق(١) .

وفى مجال الكتابات الاعلامية كثيرا ما تظهر كلمة التكنولوجيـا مقرونة بكلمة اخرى كالمعلومات أو الاعلام أو الاتصال ... الخ . فيقال تكنولوجيـا المعلومات أو تكنولوجيا الاعـلام أو الاتصـال ، وهى قد تشـير لدى البعض الى تلك الأدوات التى تستخدم فى تدعيم قدرة الانسـان على نقل المعلومات وتبادلها مع الآخرين وقد يمتـد المعنى لـدى البعض الآخـر ليشـير الى النشاطات الخاصة بانتاج وتشغيل وتخزين ونقل ومعالجة ونشر المعلومات وهى العمليات التى تتضمن النشاطات التقليـدية كالابحـاث والدراسـات والمكتبات والطباعة والنشر والتليفزيون والاذاعة والصحافة ، وكذا النشاطات المستحدثة كالاستشعار عن بعد والاتصـالات الهاتفية والتلغرافية وأجهـزة الكمبيوتر وتخزين المعلومات واسترجاعها(٢) .

وايا كان الأمر ، ومع ادراكنا لأهمية دراسة تكنولوجيا الاتصـال بوصفها مجمل المعارف والخبرات المتراكمـة والمتـاحة والادوات والوسائل المـادية والتنظيمية والادارية المستخدمة فى نقل وتبادل المعلومات بين الافراد والمجتمعات الا أنه فى اطـار أهداف العمل الراهن ومتطلباته فان فهمنا لتكنولوجيا الاتصال سيقتصر على اسـاس انهـا : « **الوسيط المستخدم فى نقل وتداول المعلومات والأفكار بين الافراد فى المجتمع** » .

وتكنولوجيا الاتصـال بهـذا المعنى قد تطورت تطورا كبيرا وتعـددت أنواعها ومجالاتها حتى أصبح العالم الذى نعيش فيه فى الوقت الحاضر يتقلص ويتضاءل يوما بعد يوم وربمـا لحظة بعد أخرى ، وأصبحت المعلومات عن هذا العالم تكاد أن تكون متبادلة بين المجتمعـات الانسـانية على اختـلافها وذلك بفضل ما استحدث من فتوحات علميـة تكنولوجية فى مجال الاتصالات السلكية واللا سلكية والأقمـار الصناعية وغيرها وتزايدت حـدة المنافسة بين الدول الصناعية الكبرى فى مجال تطوير أجهزة الاتصال ارسالا واستقبالا وشملت هذه المنافسة أجهزة الراديو وأجهزة الاستقبال التليفزيونى وأجهزة الفيديو وكاميرات التصوير ، والنقـل التليفزيونى وآلات الطباعة الاليكترونية والمسـتقبلات الهوائية وكابلات البث التليفزيونى وأجهـزة التقـاط المعلومات والارسـال

---

(١) سـيد عويس ، علم الاجتماع فى المجتمعات النامية بين الاسـتقلال والتبعيـة ، فى اشـكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢١٨ .

(٢) انطوان زحلان ، الشروط الواجب توافرها لمشـاركة عربيـة فى التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربى ، عمان ١٩٨٦ ص ٢٢ .

الاذاعى والاقمـــار الصناعية كوسـيلة لتبادل الارسال والبث المباشر بين المناطق الجغرافية المختلفة

ويفيـد هنـا ان نسلط الضوء على بعض الوسائل التكنولوجية الكبيرة ، والصغيرة المستخدمة فى مجـال الاتصـال :

(أ) تكنولوجيا الاتصال الكبيرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصال الكبيرة تلك الوسـائل المسـتخدمة فى نقـل المعلومات وتداولها على نطاق جماهيرى واسـع ويقف خلفها تنظيمات مؤسسية تمولها وتديرها وتوجه مضامينها أو بعبارة أخرى ، هى الوسائل التى تشـكل نظام الاتصـال المركزى فى المجتمع ومن هذه الوسائل :

١ — الصـحف :

الصحيفة مطبوع دورى يصـدر بصـفة منتظمة تحت عنوان ثابت وفى موعد محدد و يتولى هـذا الاصـدار هيئة أو مؤسسة أو دار نشر ، تضـم فريق من العاملين لكل منهم مهـام محددة وتحمل الصحف الرسائل فى شـكل كلمـات مطبوعة توضع فى نظـام وتسلسل خاص كمـا توضع الرسـائل فى شـكل منسـق جذاب ، وتتجه الصحف برسائلها المتنوعة التى تحملها الى هـؤلاء الافراد الذين يعرفون القراءة ، وهى بذلك ، تتطلب وجود مسـتوى ثقافى معين لدى الفرد المتلقى .

وتعد الصحف أقدم وسـائل الاتصـال الجماهيرى قاطبة حيث يعود بداية الاتصال المطبوع الى منتصف القرن الخامس عشر حينما اخترع جوتنبرج الطباعة بالحروف المتحركة (١) وظلت الصحف منذ هـذا التـاريخ فى نمـو مطرد لا تقف دونه عوائق يمدها العلم والاختراع بكل ما يدفعها قدما الى الأمام بداية من تطور الطباعة الى عتدم وسـائل المواصـلات حتى بلغت مكانتهـا الحاضرة ، وما زال العلم والتكنولوجيا يزودانها بالضخامة والزيوع والانتشـار حتى غدت فى الوقت الحاضر صـناعة ضخمة متميزة لهـا اصـولها الفنيـة والادارية والتحريرية .

وتتعدد أنواع الصحف فهناك الجريدة اليومية والمجـلة الاسـبوعية او الشهرية او الفصلية ، وهناك الصحف العامة والأخرى المتخصصة ، ولكل نوع من هذه الانواع ادوار معينـة فى نقل الرسائل الاعلامية(٢) . فاذا كانت

---

(١) خليل صابات ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦ ص ٣٦ .

(٢) حسـين فوزى النجار ، الاعلام المعاصر ، سلسلة اقرا ، يناير ١٩٨٤ ، ص ١١٦ .

الصحيفة اليومية تنقل الى القارىء صــورة سريعة لوقائع الحياة اليومية ، فان المجلات — كل فى ميدانها — تزود القارىء بالمعــارف والمعلومات والتحقيقات المتعمقة لحدث من الاحداث لا تحتمل الصحيفة اليوميــة الافاضة أو الالمـام بكل نواحيه . كما أن المجلات المتخصصة ، تزود الفرد بكل جديد فيما تتخصص فيه من العلوم والآداب والفنــون .

ومع هــذا التنوع فى أدوار الصحف ، فانها جميعا تنفرد عن بقية وسائل الاعلام بعــدة مميزات وخصــائص منها :

١ — القدرة على تقديم حزمة من المضامين المتنوعة والمسهبة ووجهات النظر المختلفة فى آن واحد .

٢ — اتاحــة الفرصــة أمــام المتلقى للسـيطرة على توقيت التعرض بالطريقة التى تناسبه لقدرة الصــحيفة على الاحتفــاظ بالمعلومات .

٣ — توفير عنصر المشــاركة الايجابية بين المتلقى والمــادة الاتصالية ، حيث تتطلب عمليــة القراءة نشــاطا وتركيزا معينا من جانب الفرد .

٢ — الراديو :

الراديو وســيلة من وسائل الاتصــال بالجمــاهير ، تتألف من جهازين الأول : أكثر ضــخامة وتعقيــدا للبث الاذاعى أو محطة ارسال عادة ما تديرها هيئــة أو مؤسســة حكومية ، يتم من خلال هذه المحطــة تركيب الصــوت البشرى أو الرسائل التى يراد نقلها الى الأفراد على موجات كهرومغناطيسية متنوعة التردد من حيث الطول والقصر ، وتسيــير هذه الموجات حاملة الرسالة الصوتية الى مســافات متباينة من الكرة الأرضــية وفقا لطول ترددها متخطية الحواجز والعقبــات . والثانى : جهاز استقبال يحوزه الفرد يتم من خلاله تنقية الصوت البشرى من الموجة الحاملة وسماعة بصورة طبيعية . وتتعدد قنوات الارســال الاذاعى ، كمــا تتعدد الرسائل التى تحملها الى الأفراد . ويستطيع الفرد المتلقى من خلال جهــاز الاستقبال الانتقاء من بين هذه القنوات الرسائل التى يرغب فى التعرض لها تماما مثلمــا هو الحال فى الصحيفة .

ويســتطيع الراديو بمــا يتميز به من خصــائص من الوصــول الى مختلف الجماعات الاجتماعية على تباين مواقعها ومستوياتها الاجتمــاعية والثقافيــة كمــا انه وســيلة تتميز بالمرونة وسهولة الاستخدام والفورية فى نقل الأحداث فى التو واللحظــة ، وســاعد اختراع الترانزســتور على ســهولة حمــل الراديو ومصاحبته للفرد فى تجواله وترحاله . ويتيــح استـخدام المؤثرات الصوتية ، والموسيقى ، والحوار المزيد من الجاذبية والحيوية فى الرسائل التى

يقدمها الراديو(١) . وفضلا عن ذلك ، فان الراديو ينفرد بميزة اتاحة الفرصة للفرد للاستماع والمشاركة فى عملية الاتصال دون تفرغ تام ، وهو ما لا تتيحه بقية وسائل الاتصال الأخرى .

٣ — التليفزيون :

التليفزيون هو تطوير تكنولوجى للراديو ، حيث تستطيع اجهزة الارسال والاستقبال التليفزيونى أن تنقل الصوت والصورة معا والاختلاف بين التليفزيون والراديو هو اختلاف فى طبيعة الاهتمام والتركيز اثناء التعرض، وفى درجة التعقيد والتكلفة التى يتطلبها بالمقارنة بالراديو . وقد اصبح التليفزيون يحتل مكانة مرموقة بين اجهزة الاتصال الحديثة . وفى حياة المواطن المعاصر . فقد ارتفعت هوائيات اجهزة التليفزيون فى كل مكان ، وأدى ظهور اجهزة اخرى مكملة له كالفيديو والشرائط المتنوعة ، وشاشات التكبير والهوائيات بموتوراتها التى توجهها لالتقاط برامج من محطات نائية واقمار البث المباشر الى زيادة فاعلية التليفزيون كاداة من أدوات الاتصال الجماهيرى ، تستطيع منافسة الراديو فى المدى والبعد لتجعل من الكرة الأرضية داخل مدى الرؤية . فقد اصبح التليفزيون قادرا على نقل البرامج من اى بلد يرغب ، فيمكنه نقل مباراة كأس العالم فى ايطاليا الى مصر ، كما يستطيع نقل مناقشات البرلمان السوفيتى حول سياسات الاصلاح التى يتبعها الزعيم *السوفيتى ميخائيل جورباتشوف* .

ومع ظهور تليفزيون صغير الحجم يعمل بالبطارية ، اصبح من اليسير أن يحمله الانسان فى سيارته أو فى اى مكان يريد تماما مثلما هو الحال مع الراديو والترانزستور . وجاء اختراع الفيديو — كجهاز مكمل كما اشرنا — ليضيف ميزة جديدة الى التليفزيون لا تهدد مسجلات الصوت فحسب ، ولكنها تشكل خطر حقيقيا على السينما ذاتها ، بعد أن اصبح قادرا على نقل ارساله الى شاشة بعرض الحائط ، كما اتاح القدرة للمشاهد على تسجيل اى برنامج ناجح يريد أن يراه فى وقت آخر غير وقت الارسال . ومع استخدام آلة ضبط الوقت يستطيع المشاهد ان يسجل البرنامج وهو بعيد عنه أو مستغرقا فى نومه ليراه فى الوقت الذى يناسبه .

وهكذا ، اصبح التليفزيون بفضل التطورات التكنولوجية الجديدة . ارسالا واستقبالا ، يتمتع تقريبا بكافة المميزات التى تميز بقية وسائل الاتصال الأخرى ، فهو وسيلة تتميز بالواقعية والاقتراب الشخصى والفورية والجاذبية والوصول الى الجماهير المتباينة . وان كان البعض ينظر اليه باعتباره وسيلة اعلام باردة ، ترفض الشخصيات والقضايا الساخنة .

---

(١) أريك بارنو ، الاتصال بالجماهير ، ترجمة صلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠ ص ٢٢٣ .

٤ ــ السينما :

السينما وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرى سبقت غيرها من تكنولوجيا الاتصال السمعية والمرئية اذ ظهر اول عرض للصور المتحركة عام ١٨٩٥(١) . وتشبه السينما التليفزيون من حيث طريقة العرض والأداء ولكنها تتفوق عليه فى مجال تكبير وتوضيح الأشياء الصغيرة ، على أن السينما لا يمكن أن تجارى التليفزيون فى سرعته وانتشاره فالأفراد هم الذين يذهبون الى السينما وليست هى التى تدخل عليهم فى بيوتهم . كما أن دور السينما ولو انه كبير ومؤثر الا انه لا يوازى التليفزيون . وذلك ان السينما تتطلب تكاليف أكثر بكثير لايصال نفس الرسالة التى يوصلها التليفزيون الى جمهور كبير متباعد . كما تتطلب عدد كبير من العاملين من ذوى الخبرة والكفاءة المهنية(٢) . وعليها ايضا بالذات فى ظل منافسة الفيديو أن تقدم كل ما هو جديد وثمين ومشوق .

وتنقل شاشة السينما الى المتعرض المناظر المتكاملة والواقعية ، كما يمكنها أن تقدم المعلومة والفكرة لمتعرض اكثر تهيئا نفسيا وذهنيا لها . وساعدت الابتكارات التكنولوجية الجديدة فى مجال آلات العرض السينمائى الى اتساع دور السينما فى مجال نقل المهارات والتعليم والارشاد الزراعى والتوعية وغيرها من المهام والوظائف الاتصالية الأخرى .

تكنولوجيا الاتصال الصغيرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصال الصغيرة ، تلك الادوات والاساليب الفنية التى تستخدم فى تدعيم كفاءة قنوات الاتصال الشخصى وتوسيع حجم ومدى هذه القنوات فى البيئة المحلية ولا يتطلب استخدامها تنظيمات مؤسسية كبيرة تديرها وتوجهها مثلما هو الحال فى تكنولوجيا الاتصال الكبيرة ولكن هى تعمل بمبادرة فردية(*) . ومع كثرة وتنوع هذه الأدوات الا اننا سنكتفى هنا بالاشارة الى بعضها وتحديدا تلك الادوات التى راج استخدامها مؤخرا فى عمليات الاتصال بالمناطق الريفية .

---

(١) خليل صابات ، نشأة وسائل الاعلام وتطورها ، مرجع سابق ، ص ٨٥ .

(٢) محمد عبد القادر أحمد ، دور الاعلام فى التنمية ، منشورات وزارة الثقافة العراق ، ١٩٨٢ ص ٢٨٤ .

(*) يمكن ان يدخل فى هذا الاطار الرسوم ، والملصقات ، والاشارات والخطابات ... الخ .

١ — التليفــون : (Telephone)

التليفون ، احــد وسائل الاتصـــال الشـخصى التى تتيح اجراء الحوار بين شخصين مهمــا بعدت المســافة بينهمـــا ، ومن خلال هــذا الحــوار يتم نقل وتبـــادل المعلومات بينهمـــا ، وتتزايد الحاجة الى التليفون فى مجال الاتصـــالات الشخصـــية ، حينما لا تتاح للفرد فرصة اللقاء المباشر بالشخص الآخر . اما بسبب عامل الوقت والسرعة فى نقل المعلومة او وجود الشـــخص الآخر فى مكان بعيد يصعب الوصول اليه . ولا يتطلب استخدام التليفون مهـــارات خاصة ، سوى التركيز من جانب طرف الحوار على الصوت باعتباره العنصر الاساسى هنـــا للتاثير وتتبع انفعـــالات الشخصية ، وذلك عوضا عن الالتقـــاء المبـــاشر بين الطرفين .

وقد ادرك الافراد اهميـــة وجود التليفون فى حياتهم ، وتزايد الاعتمـــاد عليه فى مجال الاتصـــال والتفاعل مع الآخرين وبالذات بعـــد تزايد ضـــغوط الحياة ، وانهمـــاك الفرد فى تدبير شـــئون حياته اليومية ، وانحسار الوقت الذى كان يقضيه مع الاهل والاصدقاء ، ولم يعد التليفون قاصرا على سكان المدن ولكن ادخل مؤخرا وبكثافة ملحوظة الى بيوت القرويين(*) مؤديا دورا مهما كاداة تكنولوجية فى تكثيف عمليـــات الاتصـــال الشـــخصى ونقـــل وترويج المعلومات بين الافراد .

٢ — شريط التســجيل : (Tape recorder)

يستخدم شريط التســجيل بكفـــاءة عالية فى نقل وتبـــادل المعلومات عبر قنوات الاتصال الشخصى(*) . واصـــبح من المألوف بعـــد انتشـــار اجهزة التســـجيل (Recorders) ان يتبادل الافراد الرسائل الصوتية المسجلة مع بعضهم البعض ، وقد تزايد انتشـــار هذه الاداة التكنولوجية فى المجتمع المصرى وبالذات فى المنـــاطق الشعبية والريفيـــة مع حقبة الانفتـــاح والهجرة العمالية للخارج وكهربة الريف . حيث تشير البيانات إلى أن ٥٠٪ من عينـــات الفحص بالقرى والمدن تقبل على سماع أجهزة التسجيل أكثر من اية ادوات اخرى(١) .

(*) هـــذا ما لفت نظرنا خلال زياراتنا الميدانية مؤخرا للعديد من القرى المصرية .

(*) لعب شريط التسجيل دورا بالغ الاهميـــة فى قيـــام الثورة الايرانية ضـــد الشـــاه ، حيث كانت شرائط التســـجيل تهرب من الخارج الى داخل ايران وهى تحمـــل نداءات آية الله الخمينى من منفـــاه فى باريس الى الشـــعب الايرانى للتمرد ضـــد حكم الشاه .

(١) أنظر :

تقرير المجالس القومية المتخصصـــة ، الكتـــاب رقـــم ١٨١ ، الدورة السادسة يونيـــو ١٩٨٥ ص ٢٤٨ .

وتعتبر شرائط التسجيل عنصرا مهميا فى بنساء الاتصال المحلى وتحقيق استقلاليته عن نظام الاتصال المركزى حيث يتزايد استخدامها فى الاحتفالات والمناسبات والتجمعات الشعبية . كما تعد وسيلة مهمة تلجأ اليها قنوات الاتصال الشخصى لترويج المعلومات المحظور تداولها عبر أجهزة الاتصال الجماهيرى والتخلص من سيطرة الاذاعة المركزية ، والتى عادة ما تخضع لرقابة وتوجهات السلطات الحكومية .

وتشير المشاهدات الواقعية الى ان شرائط التسجيل كثيرا ما تستخدم فى تلاوة آيات القرآن الكريم ، والاحاديث الدينية الاكثر تشددا وغيرة فى أمور الدين وانتقادا لما يحدث من تجاوزات من جانب المسئولين ورجال الاعلام(*) . كما تستخدم شرائط التسجيل فى الاستماع الى الاغانى والموسيقى والمواويل الشعبية والفلكلورية التى تصادف رواجا كبيرا وبالذات لدى قطاعات كبيرة من أفراد الشعب وبالذات قطاع الشباب الذين يميل غالبيتهم الى تفضيل شرائط موسيقى الرقص والاغانى الشعبية والغزلية .

٣ — مكبر الصوت : (Loudspeaker)

مكبر الصوت عبارة عنجهاز اليكترونى بسيط وظيفته تضخيم الصوت البشرى لكى يسمع على مسافة اوسع نسبيا ، وقد زاد فى السنوات الأخيرة عدد هذه المكبرات لدى الافراد . كما تعددت مجالات استخدامها فى الاحتفالات والموالد واماكن التجمعات والمساجد ولدى الباعة المتجولين ..... الخ .

ويتبدى دور مكبر الصوت كاداة اتصال بصورة واضحة فى المساجد حيث يستخدم فى رفع الآذان ، ونقل شعائر الصلاة وبالذات وقائع شعائر صلاة الجمعة وبذلك يستطيع بعض الأفراد سواء من النساء أو المرضى الذين لا تتاح لهم فرصة حضور الصلاة متابعة الاستماع الى هذه الشعائر بما فيها خطبة الامام . وقد اثيرت على صفحات الصحف مؤخرا قضية الازعاج الذى تسببه هذه المكبرات نظرا لكثرتها من ناحية وتداخل اصواتها خلال نقل الشعائر الدينية من ناحية اخرى(١) .

وأيا كان الامر ، فان مكبرات الصوت فى بعض عواصم الاقاليم والمراكز والقرى ، والموجودة فى المساجد كثيرا ما تستخدم لاغراض اخرى غير نقل

(*) راجع على سبيل المثال ، شرائط أحاديث الشيخ عبد الحميد كشك التى يكثر تداولها فى المناطق الشعبية وبين العامة من افراد الشعب .

(١) راجع على سبيل المثال الحملة التى قادها مؤخرا يوسف ادريس على صفحات جريدة الأهرام لوقف إستخدام هذه المكبرات فى نقل شعائر الصلاة من المساجد وانقسام الآراء بين مؤيد ومعارض لهذه الدعوة .

شعائر الصلاة ، حيث كثيرا ما يتم الاعلان من خلالها عن حالات الوفاة أو فقد المفقود او احد الأطفال ، او حضور مسئول الى المنطقة ، او صدور تعليمات محددة ، أو الدعوة لحضور اجتماع عام أو التنبيه على الافراد للتوجه لدفع فاتورة المياه او الكهرباء او سداد الضرائب الى غيرها من امور الحياة اليومية المرتبطة بالبيئة المحلية ، وينصت اليها الأفراد جيدا ، نظرا لارتباطها بمصالحهم الشخصية . وهى بذلك تعد بمثابة اذاعة محلية تقوم بدور مهم فى تزويد الأفراد بالمعلومات وتناقلها بينهم ، وتقلل من كثافة الاعتماد على الاتصال الشفاهى واعطاء فرصة متساوية امام ابناء الحى او المنطقة للحصول على المعلومات التى تخصهم فى التو واللحظة ، وهكذا تعد مكبرات الصوت عنصرا آخر مهما يساهم فى رواج المعلومات عبر تنوات الاتصال الشخصى وفى بناء الاتصال المحلى .

٤ — المطرب الشعبى :

المطرب الشعبى فرد يتميز بقوة وحلاوة الصوت وتتوافر لديه مهاره الالقاء وحفظ بعض الاغانى والقصص والمواويل والمدائح النبوية والمأثورات الشعبية . ويستدعى المطرب الشعبى مقابل اجر نقدى ، لاحياء بعض الحفلات والمناسبات الشعبية مثل الزواج ، والختان وعودة الحجاج من الأراضى المقدسة والموالد ... الخ حيث يقوم امام جمع من الناس الذين يجتمعوا لاحياء المناسبة بالقاء بعض الأغانى التى تتلاءم فى مضمونها مع طبيعة المناسبة بأسلوب عاطفى مؤثر يتمايل ويكبر له الحضور ، هذا الشكل من اشكال الاتصال يلعب دورا مهما وبالذات فى المناطق الشعبية والريفية فى القيام بوظيفة التسلية والتخفيف من متاعب وضغوط الحياة التى يعانى منها بشدة سكان هذه المناطق وترسيخ بعض القيم وبالذات المتعلقة منها بالصبر ، والتدرية ، والتقوى والشرف(١) .

ويستعين المطرب الشعبى فى اداء مهمته ببعض الادوات التكنولوجية المساعدة مثل الربابة ، والمزمار ، والطبلة والرق وبعض الالات الموسيقية الخفيفة وغيرها فضلا عن استخدام مكبر الصوت أحيانا لمزيد من العلانية لوقائع المناسبة .

٥ — الفيديو كاسيت :

أشرنا من قبل ، أن الفيديو جهاز اليكترونى ، يعد مكملا لجهاز الاستقبال التليفزيونى ، وما يدفعنا الى النظر اليه باعتباره وسيلة تكنولوجية صغيرة

---

(١) كمبا المنوفى ، وسائل الاعلام الصغيرة وحياة المصريين فى القرى ، المجلة الاجتماعية القومية ، سبتمبر ، ١٩٨٢ ، ص ١٤ .

هو طابعه الفردى وغير الرسمى من ناحية وبمقدرته على فصل جهاز التليفزيون عن قنوات الاتصـــال الجماهيرى من ناحية اخرى ، حيث يتيح الجهازان معـــا بناء قنـــاة اتصـال مستقلة فى البيئة المحلية بعيدا عن قنوات الاتصال الرسمية .

وقد عرف العالم اجهزة الفيديو منذ اوائل الستينيات غير أن اجهزته لم تتطور ويشيع استخدامها فى المنـــازل الا منذ اوائل السبعينيات ، حيث تزايد تنافس دول العالم على انتـــاج الاجهزة ذات الجـــودة العاليـــة والسهـــولة فى الاستعمـــال وخفض تكاليف الانتـــاج حتى أصبح هذا الجهـــاز فى تنـــاول الكثيرين من ذوى الدخول المحدودة .

وقد بدأ انتشــــار الفيـــديو فى مصر مع بداية حقبـــة الســـبعينيات وتزايد انتشـــاره حتى اصـــبح ظاهرة ملحوظة ابتـــداء من عـــام ١٩٨٠ ، حينما اتاحت الدخول العالية التى تمكنت من تحقيقهـــا بعض الفئـــات فى ظل سياسات الانفتاح والهجرة العمالية العائدة من الخارج من حيازة هذه الاجهزة التى باتت منتشرة فى المنـــازل والاماكن العامة والمقاهى بالريف والمدن ويوشك انتشـــارها أن يغطى جميع المنـــاطق التى وصـــل اليها التيـــار الكهربائى فى مختلف انحاء البلاد منافســـا بذلك قنـــوات الاتصـــال التليفزيونى المركزى ومهددا لهـــا .

ويتميز الفيديو كأداة اتصـــال بعدة مميزات تجعل الاقبال عليـــه يتزايد باطراد ومما يســـاعد على هذا الاقبال :

١ — حرية المشاهد فى اختيار نوع المـــادة التى يرغب فى مشاهدتها وفى الوقت الذى يريد وبعيدا عن التكرار والرتابة التى كثيرا ما تتميز بها البرامج التليفزيونية الرسمية .

٢ — يمكن من خلال الفيديو مشاهدة افلام لا يستطيع التليفزيون الرسمى عرضها .

٣ — وفرة الأشرطة من مختلف النوعيات،وسهولة شرائها أو استئجارها أو استعارتها الى جانب سهولة التســجيل من نشـــاط الارســـال التليفزيونى المتنـــوع .

٤ — يشبع الفيديو حاجات لا تستطيع اجهزة الاعلام الرسمية احيـــانا اشباعها .

٥ — الرخص النسبى لسعر شراء جهاز الفيديو بالنسبة لقدرة كثير من شرائح الدخول فى المجتمع .

ويبدو أن الفيديو ، بسبب هذه المميزات وغيرها ، قد تمكن من استقطاب اعدادا غير قليلة من مشـــاهدى التليفزيون المصرى ، وان الامر كان اكبر على

السينما حيث جذب اعدادا كبيرة من روادها بالذات شريحة المهنيين من الاطباء والمهندسين والصحفيين والمحامين والمحاسبين ورجال الأعمال . وكل الذين لا تمكنهم ظروف عملهم ومواعيدهم من فرصة الذهاب الى دور السينما فى موعدها(١) .

وقد فتحت تجارة الفيديو كاسيت مجالات واسعة للأنتاج ، فهناك شرائط فيديو لألعاب الاطفال والكبار على شاشة التليفزيون مصممة الكترونيا فى علب صغيرة والتى اصبحت موضوعاتها مفتوحة بغير حدود ، وذلك الى جانب الموضوعات الدراسية والفنية والرياضية وبرامج المنوعات المشوقة ، كما ظهرت موسوعات متكاملة على شرائط فيديو كاسيت فى كل العلوم والفنون والطب والآداب ، وقد روعى فى هذه المواد أن تناسب كل الاعمار والتخصصات والهوايات وكذلك احتياجات التعليم والتدريب والترفيه ووفقا لنظام الانتاج الضخم اصبح سعر هذه الاشرطة ميسرا لعدد كبير من الافراد .

بيد ان المشاهدات الواقعية تشير الى أن استخدام الفيديو فى مصر ما زال يصاحبه كثير من الخطورة ، فى ظل فرض الأذواق واختيارات غير ملائمة على نوعيات انتاجه ، خاصةمع عدم وجود رقابة فعالة ومع سهولة طبع افلامه وتهريبها ، وفى ظل عدم استطاعة الجهات المعنية ملاحقة نوادى الفيديو وضبط المخالفات الصارخة الخارجة عن التقاليد والقيم السائدة فى البيئة وتؤكد احدى الدراسات الميدانية أن الجانب الاكبر من اهتمامات الفيديو يتجه الى عرض افلام العنف والاثارة والجنس التى تلقى رواجا كبيرا من فئات الشباب دون غيرها من المضامين التثقيفية والتعليمية(١) . التى يمكن او كان ينبغى ان يستفاد من امكانيات الفيديو كاسيت فى ترويجها فى مجتمع يتطلع الى بناء مستقبله الحضارى .

ولعل العرض السابق لكل من تكنولوجيا الاتصال الكبيرة والصغيرة يلفت النظر الى خطأ النظرة الشائعة التى ترى ان تواجد مثل هذه التقنيات فى أية عملية اتصالية يحولها الى عملية اتصال جماهيرى(٢) . فعلى الرغم من ان التكنولوجيا العصرية لازمة من لوازم العملية ، الا ان حضورها لا يمثل بالضرورة او فى كل الاحوال الاتصال الجماهيرى ، فاذاعة تليفزيونية على نطاق الدولة لخطاب سياسى لرئيس الجمهورية فى افتتاح دورة مجلس الشعب تعد اتصالا

---

(١) نجوى الفوال ، استخدام الفيديو فى مصر ، المجلة الاجتماعية ، العدد الأول يناير ١٩٨٧ .

(٢) انظر :

تشارلز رايت ، المنظور الاجتماعى للاتصال الجماهيرى ، ترجمة محمد فتحى ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٣ ص ١٣ .

جماهيريا ، فى حين ان اذاعة تليفزيونية على الدائرة المغلقة للعمليات الجارية فى خط التجميع بمصنع من المصانع يرصدها مهندس ليست كذلك . كذلك فان مسلسلا تليفزيونيا يذاع على المستوى القومى أو المحلى يعد اتصالا جماهيريا فى حين أن مشاهدة فيلم مسجل من خلال الفيديو لحفل عائلى ليس كذلك ، وهكذا فالجهازان فى كل مثال يستخدمان كلاهما تقنيات عصرية متشابهة بث الكترونى للصور فى احدى الحالات وتسجيل فلمى لمشاهد فى الحالة الاخرى، ومع ذلك فأحد الاثنين لا يحتسب اتصالا جماهيريا ، حيث يتطلب الاتصال الجماهيرى ، كما أشرنا من قبل ، اشتراطات خاصة اولها طبيعة الجمهور ثم تجربة الاتصال ذاتها ، ثم صاحب الاتصال الذى يأخذ هنا طابع مؤسسى .

٢ — خصائص تكنولوجيا الاتصال :

وأيا كانت انواع ومجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال فان هذه التكنولوجيا تتميز بعدة خصائص من المفيد هنا التعرض لها ، ويمكن بلورة هذه الخصائص فيما يلى :

١ — ان هذه التكنولوجيا قد صممت لتسهيل الاتصال فى اتجاه واحد(١) وان قدرتها على تحقيق التغذية العكسية والمشاركة ضئيلة نسبيا وهى فى ذلك تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد ، التليفون ، الاتصال الشخصى بحوث الجمهور « الاستبيان » وهى البحوث التى عادة ما تحصل على استجابات فردية ايضا وليست جماعية . بعبارة اخرى ، فان هذه التكنولوجيا رغم ميلها للانتشار والوصول الى اكبر عدد ممكن من الأفراد ، الا انه يغلب عليها الطابع الفردى وليس الجماعى .

٢ — التطور المتسارع فى هذه التكنولوجيا فى اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن ، هذا التطور بلغ من الاهمية فى الحقب الأخيرة الى حد ان اطلق البعض على الكرة الارضية التى نعيش عليها وصف القرية العالمية، كناية عن المقدرة الهائلة التى تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم فى التو واللحظة .

٣ — تتسم تكنولوجيا الاتصال بالمرونة والقابلية للتطويع والتأقلم فكل فن تكنولوجى جديد يظهر فى مجال الاتصال لا يلغ الآخر وانما ينفرد بميزات خاصة فى مجال نشر وترويج المعلومات فظهور الراديو لم يؤد الى اختفاء المطبوع الدورى ولكن تميز عليه بقدرته على الانتشار وتخطى الحواجز والعقبات التى كانت تعترض طريق انتشار المطبوع على نطاق واسع مثل الحواجز الثقافية والجغرافية . ومع ذلك ظل المطبوع دوره ومكانته

(١) انطوان زحلان ، مرجع سابق ص ٣٦ .

واضطر المطبوع مع ظهور الوافد الجديد الى تعديل طريقة تقديمه ومعالجته للاحداث ، كذلك لم يؤد ظهور التليفزيون الى ازاحة السينما التى سبقته فى الظهور رغم تشابه الوسيلتين فى طريقة العمل والاداء والاعتماد على حاستى السمع والبصر ، وانما اتجهت السينما الى تقديم ما يعجز التليفزيون عن تقديمه او لم يسبق له تقديمه ، حتى اصبحت الكثرة الغالبة من جيل الشباب الذى نشأ مع التليفزيون هم أيضا الكثرة الغالبة من رواد السينما وهكذا ، اخذت التكنولوجية الحديثة فى مجال الاتصال بمبدأ تقسيم العمل وحددت كل اداة لنفسها المجال الذى لا تستطيع أن تنافسها فيه الأدوات الأخرى مستفيدة فى ذلك بما تتمتع به من خصائص وقدرات .

ومن ناحية اخرى ، فان هذه التكنولوجيا يمكن نقلها وتوظيفها بسهولة داخل سياقات اخرى غير تلك التى ولدتها ، وهى هنا تتأقلم مع الواقع الاجتماعى الجديد ، وان كانت تظل خصائصها العامة فاعلة ايضا . فهذه التكنولوجيا قد توظف فى دولة تروج فيها الفلسفة الاشتراكية فتعمل فى اطار هذه الفلسفة بطريقة تتباين مع طريقة عملها فى المجتمع الراسمالى ولكن يظل مثلا طابعها الاحتكارى المميز فاعلا فى كلا المجتمعين الاول تخضع لاحتكار السلطة السياسية والحزب الحاكم وفى الثانى ، تخضع للاحتكارات الراسمالية وجماعات الضغط الاقتصادى وهكذا .

٤ — تكنولوجيا الاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام راس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة(١) . وهى لكل ذلك تاخذ صبغة احتكارية ، حيث تتركز عادة فى أيدى بناء القوة والنفوذ السائد فى المجتمع .

٥ — ان صناعة هذه التكنولوجيا ، تتسم بالتركيز الشديد حاليا فى عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات ، ويؤدى هذا التركيز الى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ، ليس فقط على عمليات نقل وتسويق هذه التكنولوجيات فى الدول الأقل تقدما ، ولكن ايضا فى التاثير على طريقة ادارتها واستخدامها بل وصيانتها فى احيان كثيرة فى هذه الدول(٢) . مما يعزز من احكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية الثانية للأولى فى المجال الثقافى .

٦ — تأخذ تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، بسبب تكلفتها العالية وتعددها طابعا تنافسيا استهلاكيا ، فهى فى حاجة الى استهلاك جماهيرى واسع يحقق

---

(١) وليام ل. ريفرز ، وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، د.ت ص ٣١ .

(٢) عفيف عواد ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ١١٣

امـا عائد يغطى نفقاتها وبالتالى يلعب عامل الربح والتمويل المـالى والرغبة فى الرواج ، دورا مهما فى طريقة ادارة وتوظيف هذه التكنولوجيا بصرف النظر عن اية اعتبـارات اخرى .

٢ — تكنولوجيا الاتصـال الحديثة كمنتج ثقافى :

اشرنا من قبل الى اوجـه التمـايز بين العلم والتكنولوجيا فالتكنولوجيا وبالذات الحديثة منها ، هى التطبيـق العملى للعلوم والعلوم فى حد ذاتهـا ليست ثقافة ، ولكنهـا مجموعة من المعلومات والمعـارف التى تم التوصـل اليها من خلال التجارب والابحاث ، وتطبيق هذه المعلومات والمعارف فى المجـال العملى ، هو الذى يرقى بالمنتج الجديد الى درجة الثقافة ، لأن هذا الانتاج الوليد يعد نمطا من أنمـاط الحياة ويصبح له دوره ويصطبغ بالاتجاهات السـلوكية والقيميـة للبيئـة(١) .

والثابت ان تكنولوجيا الاتصـال الحديثة هى نتـاج ثقافى غربى ظهرت لتلبى حاجات موضوعية لصـيغة ببنيان وثقافة هـذه المجتمعات . وتاريخ ظهور الطباعة المتحركة والراديو والسينما والتليفزيون يكشف أن اختراع هذه الوسائل جاء تلبية لظروف موضوعية تتصل بعلميات التغير والثورة الصناعية التى بداتها هذه المجتمعات فقد ظهرت المطبعة ذات الحروف المتحركة فى أوربا مع انتشـار الجامعات وبدء عصر التنوير وظهور اراء مارتن لوثر زعيم الاصلاح الدينى فى المانيا ، فقد كانت الحاجة ماسة آنذاك لتوصيل هـذه الافكـار الى الناس بعيدا عن احتكار الاديرة والكنائس لعملية نسـخ وتوزيع الكتب(٢) . ومع انتشـار الجامعات وتقدم الآداب والعلوم والفنـون وظهور المدن الجديدة وتصـاعد دور الطبقة البرجوازية ، وزيادة تطلعاتها التجارية الخارجية ظهرت الصحف المطبوعة لتلبى الحاجة لنشر الافكار الجديدة والرغبة الملحة للمعرفة السريعـة بمـا يدور من أحداث ليس فقط فى أوربا ولكن ايضـا فى كل بلاد العالم المعروف آنذاك(٣) .

وادى التحول نحو التصـنيع والتحديث فى مختلف مجـالات الحيـاة وما ارتبط بهـذا من تقـدم هائل فى العلوم والتكنولوجيـا ، وتعقد العلاقات الانسـانية ، وتزايد مشكلاتها ، وظهور النظـام الراسمالى العالمى وحاجة

---

(١) عبد المنعم الصاوى ، الاعلام والثقافة من منظور العصر ، الحلقـة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مـايو ١٩٨٣ ص ٦ .

(٢) خليل صابات ، نشأة وسائل الاعـلام وتطـورها ، مرجع سـابق ص ٢٣ .

(٣) المرجع السـابق ص ٣٦ .

هذا النظام الى المواد الأولية الخارجية الى تعميق الشعور بالحاجة الى اتصال جماهيرى اكثر انتشارا وسرعة فظهرت الصور المتحركة (السينما) وبعدها الراديو ، وتوالت بعد ذلك الاختراعات لتلبى الحاجة المتزايدة فى هذا المجال فظهر التليفزيون ، والفيديو ، والأقمار الصناعية وغيرها .

بيد ان الثابت ان محطات الراديو مثلا ألتى أنشئت فى بادىء الامر للارسال والاستقبال اللاسلكى لم تكن تهدف الى برامج اذاعية للترفيه أو حتى التثقيف(١) . وانما كانت شركات الشحن التجارية تستعمل هذه الأجهزة لتوجيه سفنها المحملة بالموز وغيره الى أسواق مربحة وفقا لقانون العرض والطلب ، وذلك بالاضافة الى النشرات الجوية ، ايضا لخدمة هذه السفن من تقلبات الجو والبحار . كما استعمل الراديو ايضا فى وحدات الجيش لنقل المعلومات والأوامر والتنسيق بين الوحدات فى الدفاع والهجوم ، وظل الراديو يستخدم لنقل المراسلات واخبار الشركات الكبرى وفى الأعمال التجارية حتى قبيل الحرب العالمية الثانية .

وهكذا كان الباعث التجارى ، هو المحرك الأول والأساسى وراء ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى المجتمعات الغربية ، وبعد تفاقم أزمة الراسمالية وانتشار مظاهر السلبية ، وتزايد ضغوط وصرامة الحياة فى هذه المجتمعات بدأ الباعث الترفيهى يلعب دوره وراء الاختراعات التكنولوجية الجديدة ، ولكن ظلت العقلية التجارية الراسمالية ، هى التى تفرض نفسها على كل اختراع جديد : حجم الانتاج الضخم من كلمات وصور وأصوات يتيحه المنتج الجديد ، مدى التوزيع الجغرافى الذى لا فائدة لهذا الأنتاج الضخم بدونه ، منافذ أسواق التجزئة لهذا الأنتاج من محطات راديو وتليفزيون ، وصحف ومجلات وغيرها ، بعبارة أخرى تصطبغ تكنولوجيا الاتصال الحديثة بطابع البيئة الغربية التى ولدتها ، وهى لذلك تأتى حاملة خصائص هذه البيئة وعلى رأسها الفردية ، والربح ، والمنافسة ، والاحتكار ، وسرعة الايقاع وغيرها على النحو الذى اشرنا اليه آنفا .

خذ مثلا مبدأ الفردية الذى تعظمه الثقافة الغربية ، هذا المبدا ، يؤثر فى طريقة تصميم ادوات الاتصال الحديثة من صحافة وراديو وتليفزيون وسينما ... الخ بحيث يجعلها تسهل نقل المعلومات فى أتجاه واحد وتتضاءل فرص تحقيق المشاركة الذى يوفره الاتصال التقليدي ، بسبب ما تتطلبه من مهارات وامكانيات لا تتوفر عادة للغالبية من ناحية ، ونتيجة لسرعة الاداء والانتاج الجماهيرى السريع والمتوالى الذى تتطلبه هذه الأدوات

---

(١) طه محمود طه : وسائل الاتصال الحديثة ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى ، سبتمر ١٩٨١ ، ص ٦١ .

ولا يتيح وقتــا للمشـــاركة من ناحية اخري(*) . كذلك ، فان الثقافة الغربية تهتم بالجانب المـادي وعلك الربح حتى ان هذا العامل بعد الاساس الذي يوجه نمط الحياة في هذه المجتمعات ، وينعكس ذلك في مجـال تكنولوجيا الاتصـال الحديثـة ، التي لا يمكن ان تتواجد وتمـارس دورها الطبيعي بعيدا عن فكرة بيعها لسلعة ، فتعتمد مثلا على بيع الاعلان في الاجوال التي تقوم فيهـا بتقديم خدمات وهكذا . .

على ان ما يهمنا هنا في مجتمعنا العربي ، هو ما يتعلق بنقل هذه الادوات التكنولوجية وتوظيفها في البيئـة المحلية وما يصاحب هذه العملية من مشكلات ثقافيـة فهذه الادوات ليست آلات صماء او محايدة . وانمـا يترتب على عملية نقلها وزرعها في البيئة المحلية نمط حياتي ونفسي واجتماعي يتأثر بالخصـائص الحضـارية لهذه الادوات فالتليفزيون لا يقوم فقط بعملية نقل صـوت وصورة على نطـاق جمـاهيري ولم يقدم اتصـالا سريعا ، ولكنه خلق في حد ذاته ايضـا انواع جديدة من المهن والادوار : التاليف ، الانتاج ، الاخراج والتصوير . . . الخ . واسلوب حياتي معين لملىء الفراغ وقضـاء الوقت ، ووضع له في غرفة المعيشـة ، ويحدث هذا بغض النظر عن نوع الرسائل التي ينقلها أو مدى قدراتها التأثيرية . هذا التعديل الذى يفرضـه وجود التليفزيون في نمط قضاء وقت الفراغ مثلا ، له توجهاته القيمية والسلوكية وهي توجهات تميـل الى تشجيع التفرد والتجزئة (سمات الثقـافة الغربية) في البيئة المحلية التي تقوم على التوحد والترابط . مما يؤدى الى خلق حالة من الاضطراب والصراع الثقافي في المجتمع المحلى .

وقد اثارت قضـية استيراد التكنولوجيا وتأثيراتها اهتمـام الباحثين في المجتمعات النامية ، حيث تباينت الآراء بين مؤيد لتكثيف استيراد هذه التكنولوجيا بانواعها المختلفة بغية تسريع عملية التصنيع في البلدان المتخلفة والاختصـار الطريق المؤدى الى التنمية والحاق بالبلدان المتقدمة ويسـاق هنـا عـدد من المبررات والحجج منها : أن بعض الدول التى ترقى الى مصاف الدول المتقدمة، قد عملت على اختصار الطريق من خلال نقل التكنولوجيا المتقدمة من مجتمعاتها ويقدمون في هذا الاطار نموذج اليابان والاتحاد السوفيتي . كمـا ان الانسانية ما كانت لتحرز التقدم التقنى الذى احرزته اليوم لو أن كان على كل امة ان تخطوا الخطوات نفسها التي خطتها الامم التي سبقتها على هـذا الطريق ، فاذا اقتصرت الدول النامية على التكنولوجيا من النوع المتمحور حول الذات ، فانهـا تضع نفسـها في الظروف التي كانت تعيشـها الدول المتقدمة حاليا في القرن التاسع عشر ؛ اما مسـألة الصراع الثقافي والاضطراب الذي تجلبه هذه التكنولوجيا في البيئة المنقولة اليهـا فهذه مسالة وقتية تؤكد عادة حالات

(*) لعل في ذلك ما يشير الى احد اسباب فشل اجهزة الاعلام في المجتمعات النامية في احداث التغيير وفقع الافراد الى المشاركة في عمليـات التنمية .

التغيير . وسوف تحل بمرور الزمن ، حينما يتم التحديث ويسود التحضر وقد اعتمدت النخب الحاكمة فى العديد من بلدان العالم وجهة النظر هذه(١) فتبنت فى صياغة سياستها وتصميم الخطط والبرامج التنموية ، هدف الحصول على أحدث المكتشفات والانجازات فى حقل التكنولوجيا باعتبار أن تلك هى الوسيلة للحاق بالمستوى الاقتصادى والاجتماعى الذى بلغته الدول الصناعية .

وفى مقابل ذلك ، ترى وجهة النظر المضادة ، ان استيراد التكنولوجيا الحديثة بغية اللحاق بالغرب المتقدم ، ضرب من الوهم ، وذلك أن هذه التكنولوجيا كما اشرنا تتسم بالسرية والاحتكار فضلا عن أنها متطورة باستمرار ، وأن الدول المتقدمة لا تسمح سوى بنقل التكنولوجيا الأقل تقدما ، كما ان أن نموذج اليابان فى الاتحاد السوفيتى يصعب التمثل بهما لاختلاف السياقات التاريخية والحضارية التى تميزهما عن العديد من المجتمعات النامية .

وترى وجهة النظر هذه أن دخول التكنولوجيا المنقولة الى البيئة المحلية قد لجم الثقافة المحالية واعاق المنطلقات الحضارية الذاتية التى تعتمد على الاقتباس والتبادل والتطور والابداع وعطلت القيم الاجتماعية وانماط الحياة التقليدية بدون توفير بدائل متماسكة(٢) بحيث كان ذلك هو سبب حالة الضياع وفقدان الهوية الثقافية والاختلال والتبعية التى تعانى منها العديد من مجتمعات العالم الثالث . مما يستوجب رفض هذه التكنولوجيا والاعتماد على القدرات الذاتية ، أو على الأقل اقتصار نقلها على تلك الفنون الملائمة منها لظروف البلد الطبيعية والثقافية والاجتماعية وخياراتها الايديولوجية والسياسية(٣) وشريطة تهيئة البيئة أولا لاستيعاب هذه التكنولوجيا وهضمها(٤) .

ويعنى تهيئة البيئة فى اطار هذا الاتجاه ، أن تكون الهياكل الذاتية المحلية

---

(١) عبد الهادى سويفى ، دور الدولة فى تنظيم نقل التكنولوجيا فى ظل الاقتصاد المختلط ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن للاقتصاديين المصريين ١٢/١٤ مايو ١٩٨٣ ص ١ .

(٢) عقيلى عواد ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مرجع سابق ص ١٢٢ .

(٣) يعد مصطلح التكنولوجيا الملائمة من المصطلحات المنتشرة فى العديد من الكتابات فى الوقت الراهن ، ويقصد به ضرورة مناسبة الفن التكنولوجى المستورد للهياكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وهو المعنى الذى ما يزال يحيطه الكثير من الغموض وعدم التحديد .

نجيب عيسى ، مشكلة التكنولوجيا فى العالم الثالث ، الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ٢١ .

بجوانبهــا المختلفة قادرة على تطويع الفنى التكنولوجى المستورد وتوظيفه لصــالح هذه الهياكل بمــا يضمن الاستفادة من الفنى الوارد والمحافظة على الثقافة والهوية الذاتية . فاستيراد الدول العربية لتكنولوجيا الاقمار الصناعية واطلاق عربستات مثلا لم يحقق لها الهدف المنشود فى مجــال تسهيل وسرعة تبادل المعلومات بينها والمساعدة فى تحقيق مشروعات التنمية العربية كمــا كان مفترض ، فقد اعاقت الهياكل السياسية والاجتماعية والاقتصــادية والفنيــة السائدة فى المجتمعات العربية الاستفادة من عربستات الى الحد الذى تحول معه هذا القمر الى محطة فى الفضاء شــبه متوقفة(١) . وان العــديد من الدول العربية يفضل التعامل مع وكالات الفضــاء الأوربية على التعامل مع عربستات

وأيا كانت المواقف والاتجاهات حول قضية نقل التكنولوجيا ، فان الثابت لدينا ، أن تكنولوجيا الاتصــال بكل ادواتها وتنظيماتها قد انتقلت تقريبا الى البيئــة العربية حاملة معها قيم ومواقف وفلسفات الحضــارة الغربية . وقد افضى ذلك فى ظل الاعتباطية فى النقل وفقدان الارادة او القدرة على تطويع هذه التكنولوجيا الى تخريب النســيج الثقافى للبيئة العربيــة ، والأمثلة كثــيرة ومتعددة ، ولن نشــير هنــا الى تلك المضامين الغربية الوافدة التى تروج لها هذه الأدوات ، بحكم علاقات التبعيــة التى تربطها بنظيرتها فى الدول المتقدمة، أو الى القيــم الغربية التى تعكسها هذه الادوات فى حد ذاتها كمــا اشرنا من قبل ، ولكن لنأخذ مثلا بســيطا ومحددا مدى التأثير الفادح الذى احدثته هــذه الأدوات فى الثقافة المحلية واللغة العربية تحديدا . لقد اصبح البعض يتحدث عن ما يسمى باللغة الاعلامية ، حيث ساهمت هــذه الأدوات الوافدة فى الانحدار باللغــة الفصحى ، لغــة القرآن الكريم ، بحجة البســاطة فى فهم الرســالة وزرعت هذه الأدوات العديدة من المصطلحات التى اصبحت تروج فى الأحاديث العامة ، والكتابات المتخصصــة على حد سواء مثل «عالمى» ، «التنمية» ، « المصــدر » ، « القــائم بالاتصــال » عوضــا عن تعبــيرات محلية كانت نستخدم فى هذا المجال مثل «النهضة» ، «العمران» ، «الخطيب» ، «المنشد» وغيرها ، كمــا ساعدت هذه الأدوات على شيوع الكتابات الركيكة والتعبيرات الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم فى ضحالة الفكر وضعف الاستيعاب .

ويذكر « جلال أمين » : ان اضعاف اللغة العربية وثيق الصــلة بالتبعية الفكرية اذ لا يجوز القول بأن اللغة ما هى الا وســيلة للتعبير وليست غاية فى ذاتها وانها طريقة للاتصــال ، فالحقيقة ان التبعية فى لغــة التعبــير وثيق الصلة بالتبعية فى مضمون الفكر ذاته ، يؤدى كل منها الى الآخر ويقويها .

(١) لمزيد من التفاصيل حول العقبات التى تواجه القمر الصناعى العربى انظر اعمــال الندوة التالية : منتدى الفكر العربى ، القمر الصــناعى العربى بين مشــكلات الارض وامكانات الفضاء ، عمان ، مارس ، ١٩٨٦ م .

فاذا كانت تابعا لفكر غيرك استسهلت التضحية بلغتك ولكنك اذا استسهلت التضحية بلغتك تورطت اكثر في قبـول ما لا يتعين عليك قبوله من الفكر الاجنبي فاللغة تعكس نفسها في كثير من الاحيـان في مواقف قيمية وتفضيلات خاصة للمجتمع الذى ابتدعها(١) .

ومع انتقال هذه الأدوات ، جرى نقل طرق ادارتها وكيفية اسـتخدامها ايضـا بلا تعديل أو تغيير رغم اختـلاف الظرف والحاجة ، فالهيكل التنظيمي باى مؤسسة صحفية عربية لا يخرج عن الهيكل التنظيمي لأية صحيفة غربية ، نفس الاقسـام الفنية والتحريرية والمصطلحات المتـداولة ونوبات العمل ، بل ويتعلم المحرر العربي في قاعات الدرس والتدريب سواء المحلى منها او الأجنبى الطريقة الغربية في جمع الخبر الصحفي ونشره ويعرف له الخبر بانه كل ما هو مثير وغريب ويخرج عن المألوف ويزيد من اقبال الجمهور على الجريدة(٢) وهو المفهوم الغربى الرائج عن الخبر الصحفي .

٤ ـ توظيف تكنولوجيا الاتصال في الدول النامية :

يقصد بتوظيف تكنولوجيا الاتصال ، الأهداف والغايات التى تستخدم من اجلها أدوات الاتصـال الحديثة في المجتمع ، واذا كانت هذه الأدوات غربية المنشأ ، وتحمل رموز الثقافة الغربية ، الا انه كمـا اشرنا من قبل ادوات قابلة للتطويع والتأقلم . ومن ثم فان تخريب أو تدعيم هذه الأدوات للثقافة المحليـة المنقولة اليها سيتوقف على قدرة البيئـة المحلية بهياكلها المختلفة على تطويع هذه الأدوات ، وتوظيفها لخدمة المصـالح والثقافة المحلية .

والثابت ان أهداف وغايات الاتصال تتباين بتباين الأوضاع السـياسية والاقتصـادية والفكرية في كل مجتمع ففى المجتمع الراسمالى يعد الاتصـال نسـق طبقى يقوم بدوره في خدمة اهداف المجتمع الراسمالى والحال كذلك في المجتمع الاشتراكى وهو ايضـا كذلك في المجتمعات النامية تتحدد اهدافه على ضـوء اهداف وغايات نظم الحكم التى تصـوغ عمليات الاتصـال في هـذه المجتمعـات(٣) .

---

(١) جلال أمين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية في الدراسات الاجتماعية بالعالم الثالث ، اشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربي ، مؤلف جماعي ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢٣٤ .

(٢) راجع دراسة وافية قام بها صاحب العمل الراهن في :
عبد الفتـاح عبد النبى ، سسـيولوجيا الخبر الصحفى ، القـاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ .

(٣) احمد ابو زيد ، الاتصال ، عالم الفكر ، المجلد الثانى ، اغسـطس ١٩٨٠ ص ٨ .

واذا كان توظيف تكنولوجيا الاتصال يعني الاهداف والغايات التي تستخدم من اجلها ، واذا كانت هذه الأهداف والغايات تتباين فى المجتمعات المختلفة ، فاننا يمكن هنـــا الحديث عن مستويين من مستويات توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية :

الاول : مستوى النظام السياسى . **والثانى** : مستوى الافراد وما يدفعنا الى هـــذا التقســـيم هو ما نلاحظه فى احوال كثيرة من انفصال واضـــح بين كلا المستويين فى استخدامهما لأدوات الاتصال :

والثانى : مستوى الافراد . وما يدفعنا الى هذا التقسيم هو ما نلاحظه

(ا) التوظيف على مستوى النظام السياسى :

يرتبط توظيف اجهزة الاتصال فى الدول النامية بطبيعة الظروف المجتمعية والنظام السياسي والاجتماعى القـــائم فى هـــذه الدول ، ومع ما قد يوجد من تمايزات فى ظروف واوضاع هذه الدول الا أنها متشابهة جميعا فى مجموعة من السمات تجعل واقع الممارسة الاعلامية فيها تبدو متشـــابهة الى حد كبـــير . فهذه الدول تتميز بحداثة استقلالها وخضوعها طويلا تحت السيطرةالاستعمارية ومع أن معظمها قد حصل على الاستقلال السياسى ، الا أنها ما زالت جميعـــا تعانى بصـــورة أو بأخرى من آثارهذه السيطرة واوضـــاع التبعية الاقتصادية والثقافية للدول المتقدمة(١)

كذلك يتســـم الاطار الاقتصـــادى والاجتماعى فى هـــذه الدول بالفقر العام ، وتدنى الأحوال الاقتصادية ، وجمود الحراك الاجتماعى ، وتفـــاوت واضح فى توزيع الدخول وتفشى الأمية والتعددية العرقية واللغوية . كما تتميز هذه الدول بغيـــاب أو ضعف التجمعات السياسية اذ أن كثيرا من الاحزاب السياسية فى هـــذه المجتمعـــات مجرد تنظيمات من خلق فرد وبالتـــالى تتحدد طبيعتها بشخصيته لكثر منها بآرائه السياسية بـ لويمكن أن تنتهى بمجرد وفاته او فقدانه للإهتمـــام السياسى ، ويكمل ذلك غياب او هامشـــية المعارضـــة السياسية وتمحور النظام السياسى كله حول نخبة محددة جدا من الافراد أو حتى فرد واحد هو شخص رئيس الدولة(٢) .

ويلقى هذا الواقع بجوانبه المختلفة بظلاله على الواقع الاعلامى فى الدول

---

(١) عواطف عبد الرحمن ، قضـــايا التبعية الاعلامية والثقافية بالعالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

(٢) كمـــال المنوفى ، الرأى العـــام فى الدول النـــامية ، مرجع ســـابق ص ٦٩ .

النامية ، وهو الواقع الذى يحمل هو الآخر خصـائص التخلف ويتمثل ذلك فى المؤشرات التالية(١) :

١ — محدودية قنوات الاتصال وعدم كفايتها فى كثير من الاحيان ونمطية وتشـابه ما تحمله من رسائل وارتباطها المفرط بالسلطة الحاكمة .

٢ — تدنى معدلات حيازة أدوات الاتصـال لدى الأفراد فى هـذه الدول

٣ — التمركز فى المنـاطق الحضرية واهمـال المنـاطق الريفيـة على اتسـاعها وغلبة عدد سكانها .

٤ — محدودية مصـادر المعلومات ، والاعتمـاد المفرط على المؤسسات الأجنبية فى الحصول على المعلومات وفى تشغيل اجهزة الاعلام .

٥ — تدنى قدرات الأفراد على المشاركة والتعامل مع أجهزة الاتصال .

٦ — عدم وجود قنوات اتصـال بين المؤسسات الاعلامية والمؤسسات الاخرى فى الدولة التى يمكن أن تستفيد من النشـاط الاعلامى وتفيده ايضا .

وفى اطـار هذا الواقع السياسى والاقتصادى والاجتمـاعى والاعلامى الذى يسود العديد من الدول النامية ، توظف الانظمة السـياسية بهذه الدول اجهزة الاعلام التى تخضع عادة للتوجيه والسيطرة من جانب هـذه الانظمـة لأداء مجموعة من المهام يمكن بلورة اهمها فيما يلى :

١ — التنميـة :

كانت قضية التنمية هى القضـية الأكثر الحاحا أمام المجتمعات النامية فى أعقـاب حصولها على الاستقلال السياسى ، فقد وجدت هـذه المجتمعات انه لا بديل امامها للخروج من حالة التبعيـة والتخلف والركود الا من خـلال الاعتمـاد على الذات ، وتعبئة الموارد والامكانات وحسن استغلالها من اجل البنـاء والتقدم ، وقد اتجهت انظار المسـئولين فى الدول النامية الى اجهزة الاعلام باعتبارها أداة فعالة يمكن توظيفها لمساعدة خطط التنمية الحكومية(٢) . حيث بدا واضحا أمام هـؤلاء القادة قدرة هذه الاجهزة فى مجال نشر المعلومات

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول مؤشرات التخلف الاعلامى فى الدول النامية انظر : فرنسيس بال ، وسائل الاعلام فى الدول الناميـة ، ترجمـة حسين العودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعـلام ، ١٩٨٢ ص ص ١٠ — ١٦ .

(٢) محمد عبد القادر احمد ، دور الاعلام فى التنميـة ، مرجع سـابق ص ٢١٧ .

والبيانات والأفكار الجديدة وتغطية اخبار المشـــاريع الحكومية وتوفير عنصر المعرفة حولها لدى مختلف القطـــاعات فى المجتمع ، وشرح وتفســـير هـــذه المشاريع واهميتهـــا وتهيئة المنـــاخ الاجتماعى والمثاقف الملائم لقبولها وتحقيق الاجماع حول المقترحات الجديدة ، والمســـاعدة فى اضعاف الاتجاهات المعارضة لها ومعالجة المشكلات والقضايا التى يعانى منها المجتمع وتعترض خطط التنمية الى غيرها من المهام الضرورية التى تتطلبها عمليـــات التغيير والتنمية كالتدريب وتقييم ومتابعة الاجراءات ومعـــالجة الآثار النـــاجمة عن عمليـــات التبديل والاحلال ... الخ .

وقد يسهل من مهمة قيـــام أجهزة الاعلام بمثل هذه العمليـــات فى الدول النامية خضوع هذه الأجهزة للســـيطرة والتوجيه الحكومى الامر الذى يتيـــح فرصـــة افضل لممارسة اعلامية موحدة ومنسقة مع الجهود الحكوميـــة(١) بيد ان اخفاق العديد من الحكومات فى الدول النامية فى رســـم ســـياسات تنموية واضحة المعـــالم ، وضعف الأداء السياسى للانظمة الحاكمة فى الكثير من هذه الدول ، وفشلها فى تحقيـــق آمال وطموحات شعوبهم فى التنمية والتقدم ، قد انعكس سلبيا على المهام التنموية لأجهزة الاعلام فى الدول النـــامية ، فباستثناء بعض العمليات المحدودة التى تقوم بها هـــذه الأجهزة بين الحين والآخر فى مجال التوعية والارشاد الصحى ، وتنظيم الأسرة وغيرها من القضايا تركزت معظم عمليـــات هذه الأجهزة للدفاع عن الأنظمة الحاكمـــة ، وغلب الطـــابع الدعائى على العملية الاعلامية برمتها فى هذه الدول(٢) . وهو الطـــابع الذى يتسم بتلوين الأخبار والمعلومات والحقائق بالآراء والعـــاطفة والتمحور حول وجهة نظر واحدة ، هى وجهة نظر السلطة واصـــحاب النفوذ ، والتزرع بالاستقرار والقاء اللائمة على الآخرين والهاء الجماهير فى توافه الامور وقضايا فرعية ، بعيداً عن القضايا الأساسية الى غيرها من العمليات التى تهدف فى الأساس الى تزييف وعى الأفراد أو تغييب هذا الوعى ، والحيلولة دون اقامة رأى عام مستنير قادر على فرض التغيير كمهمة اساسية ، اصبحت توكل الى أجهزة الاعلام فى العديد من الدول النامية فى الوقت الراهن .

---

(١) ديفد ويفر وكريستين اوغان ، نظرة عامة على الاعلام والتنميـــة ، ترجمة منى الطـــاهر ، المنظمة العربية للتربيـــة والعلوم والثقـــافة ، ١٩٨٥ ص ١٤ .

(٢) انظر فى ذلك :-

خالد رشيد ، الاعلام العربى والمحنة وابعاده ومستقبله ، بغـــداد دار الحرية ، ١٩٨١ .

٢ — اضفاء الشرعية :

تستخدم النخب الحاكمة فى العديد من الدول النامية اجهزة الاعلام كأداة لاضفاء الشرعية وتثبيت دعائم نظم الحكم القائمة وبالذات مع تزايد ضعف الأداء السياسى لهذه النظم وعجزها عن قيادة مسيرة التنمية وتحقيق الاستقلال الكامل ، وتدنى الأوضاع المعيشية للافراد . والمقصود بالشرعية هنا ، هو تحقيق رضاء الجماهير وقبولهم لما هو قائم وللطريقة التى تمارس بها النخب الحاكمة الجديدة سلطاتها وللاجراءات التى تتخذها فى مجال التغيير . وبدون اضفاء الشرعية على هذه الاجراءات والقرارات يصبح النظام القائم غير مستقر وعرضة للاهتزازات .

ويرى « ماكس فيبر » ان الشرعيـة يمكن أن تستمد من واحد او اكثر من مصادر ثلاثة هى[١] التقاليد والزعامة الملهمة والعقلانية ، ويعنى المصدر الاول استخدام اجهزة الاعلام للمعتقدات الشعبية والعادات والاعراف السائدة فى المجتمع والمتوارثة عبر الاجيال والتى تؤكد على الاحقية بالسلطة واطاعة اولى الأمر ، ويدخل فى هذا المصدر المعتقدات الدينيـة وكثيرا ما تلجأ النخبة الحاكمة عن طريق اجهزة الاعلام الى استخدام هذا المصدر ، وذلك بالاهتمام بالموالد والاحتفالات والمناسبات المختلفة التى تحرص القيادة على مباركتها وحضورها ، واستخدام الاناشيد الدينية التى تحث على طاعة الحكام واحقيتهم فى الحكم ، وكذلك الاهتمام بالاغانى الشعبية والفلكلورية ، وذلك كله بهدف تحقيق رضاء وقبول الجماهير للنظام القائم واكتساب الشرعية المطلوبة .

اما المصدر الثانى ، والذى يتعلق بالزعامة الكارزمية ، فانه يعنى تحقيق الولاء والطاعة من جانب الأتباع والمحكومين للقائد أو الزعيم أو رئيس الدولة . ويتأتى ذلك من خلال اضفاء هالة من الاحترام والتبجيل والهيبة على شخصيته وابراز تصرفاته وأعماله فى صورة جذابة ومشوقة دائما[٢] ولعل ذلك هو السبب الذى من اجله تحتل صور وتحركات الرؤساء والزعماء فى العديد من المجتمعات وبالذات النامية ، المساحة الواسعة من صفحات الصحف ، وساعات البث الاذاعى والتليفزيون ، وتضخيم تصرفاتهم واضفاء صفات عليهم من قبيل ، الملك المفدى ، والرئيس المؤمن ، والعاهل المعظم ،

---

(١) انظر فى ذلك :

Max Weber, The Theory of Social and Economic organization New York, Oxford University Press, 1947 P. 130.

(٢) على عجمى ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ، ص ٦ .

وصـــاحب الجلالة الى غيرها من صـــفات التـــأليه والتعظيم التي نســـمعها ونقراها فى اجهزة الاعلام وتستهدف اضـــفاء الشرعية على هؤلاء القادة .

ويعنى المصدر الثالث ، الذى أطلق عليه « فيبر » المعقلانية القـــانونية Legal rational وهى مجموعة القواعد والقوانين التى تحدد واجبـــات وحقوق النخبة الحاكمة ، وطريقة شـــغل المناصب واخلائها ، وانتقال السلطة وتداولها وممارستها ، كذلك حقوق وواجبات المواطنين وتنظيم علاقاتهم بالسلطة الحاكمة ، وبصرف النظر عن مصدر هذه القوانين والقواعد أو القـــوى التى قامت بتشكيلها وصياغتها ، فان كثيرا ما يستفاد من اجهزة الاعـــلام فى الدول النامية فى التأكيد على ضرورة الالتزام بهـــذه القـــواعد والقوانين والحث على الانضباط وعدم الخروج عليها واعتبار كل من يخرج عليها منحرف وخارج عن الاجماع ، ومن المؤكد ان نجاح اجهزة الاعلام فى مهمة اضفاء الشرعية ، يتوقف الى حد كبير على كفاءةوفاعلية النخبة الحاكمة فى ادارة شئون المجتمع ومدى نجاح هذه النخبة فى تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته .

٣ ـــ الضـــبط الاجتمـــاعى :

كذلك تقوم أجهزة الاعلام فى المجتمع النامى بمهمة الضبط الاجتمـــاعى ، بمعنى انها تعمل فى المجتمع بوصـــفها احدى القوى التى تساهم مع القوانين والاعراف والتقاليد ... الخ على امتثال الافراد لمعايير السلوك التى يفرضها المجتمع(١) ، وتزداد أهميـــة دور اجهزة الاعلام فى هـــذا المجال على بقية القوى الاخرى فى فرض الضبط الاجتمـــاعى لما لديها من قدرات هامة فى مجال نشر الاراء والافكار على نطاق قومى ولدى قطاعات عريضـــة من الافراد ومخاطبة الجماعات المختلفة ، وتحقيق الارتباط بينهـــا خصوصا فى المجتمعات الحديثة حيث يصبح الشيء الجديد الذى يتم نشره عبر اجهزة الاعلام بمثابة قوة موجهة تقود الافراد شرا أو خيرا الى انمـــاط من السلوك ذات طابع جمعي اكثر منه فردى . وهو ما يطلق عليه مصطلح المجتمع الجماهيرى Mass society حيث تلعب اجهزة الاعلام دور صـــناعة الثقافة وبلورة الراى العـــام الذى يصبح القوة الضاغطة فى مجال اتخاذ القرارات(٢) .

---

(١) للوقوف على مفهوم الضبط الاجتماعى وأساليبه والاتجاهات النظرية فى دراسته انظر :

عبد الله الخريجى ، الضبط الاجتماعى ، دار الشروق ، جدة ، المملكـــة العربية الســـعودية ، ١٩٧٩ .

(٢) انظر فى ذلك :

ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture Macmillan Press, London, 1977, P. 13.

ويتميز المجتمع الجماهيرى ، بأنه يتكون من اعداد هائلة من الافراد غير المترابطين من الناحية الاجتماعية ويتحقق تماسكه من خلال الاتصالات غير الشخصية عبر اجهزة الاعلام الجماهيرى(١) كما انه يعمل من خلال قاعدة الاتصال ذات الاتجاه الواحد ، وليس من خلال التفاعل ، وبناء على ذلك ، فان المجتمع الجماهيرى يكون عرضة للضبط الاتوقراطى عن طريق قلة من الافراد ، وهم هؤلاء الذين يحددون ما ينشر وما لا ينشر فى أجهزة الاعلام ، فهى تحدد انماط السلوك وأشكال التصرف فى المواقف المختلفة ، كما تحدد للجماهير معتقداتها وافكارها واساليب سلوكها وهى بذلك تقوم بدور مهم فى تشكيل وعى الافراد وأن طبيعة هذا الوعى يتحدد على ضوء توجهات النخب الحاكمة فى المجتمعات المختلفة .

٤ — الوحدة الوطنيـة :

فى الدول النامية وبالذات التى ما زالت فى دور التكوين أو حديثة العهد بالاستقلال ، تستخدم اجهزة الاعلام بكفاءة عالية من اجل تعزيز النعرة القومية وتاكيد الانتماء ووحدة الامة ، ومن هنا يركز جانب كثير من التغطيات الاعلامية عبر هذه الأجهزة ، على الذات القومية ، والانجازات الايجابية للامة، والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى(٢) .

وتزداد الحاجة الى أجهزة الاعلام فى المجتمعات النامية التى تتعرض باستمرار لعوامل التغيير من أجل تحقيق الاتفاق والقبول والاستقرار ، حيث يبدو ان العامل الأخير والخاص بتحقيق الاستقرار هو الشغل الشاغل للنخب الحاكمة فى العديد من هذه المجتمعات والذى يعنى ضرورة المحافظة على الاوضاع الراهنة ومقاومة أى تغيير يهدد نظم الحكم القائمة ، وتمارس اجهزة الاعلام هنا دورها ايضا بكفاءة عالية من خلال امتداح وتعظيم اساليب الثقافة السائدة ، وتأييد مثاليات الجماعة الحاكمة ، ومنع نشر انباء أو وقائع معنية أو اخفائها تجد فيها تهديدا للبناء الاجتماعى والثقافى القائم .

٥ — الترفيـه :

يلعب الترفيه دورا مهما فى عملية الالهاء السياسى وصرف الانتباه وتزييف وعى الأفراد ، وصرفهم عن واقعهم المعاش وتدرك الانظمة السياسية

---

(١) عبد الله الخريجى ، الضبط الاجتماعى ، مرجع سابق ص ٩٨ .

(٢) عبد الفتاح عبد النبى ، سوسيولوجيا الخبر الصحفى ، مرجع سابق ص ٥٧ .

فى بلدان العالم الثالث ، والتى تعانى من فقدان الشرعية ، والعجز السياسى هذه الحقيقـــة ، فتلجأ الى أجهزة الاعلام للقيـــام بمهمة الترفيه ، والمســـاعدة فى التنفيس والتخفيف من وطأة المعاناة التى يعيش فى اطارها الافراد ، ولعـــل ذلك يفسر اسباب اتساع حجم المضـــامين الخيالية التى تبثها اجهزة الاعلام فى هذه الدول وهى المضامين التى تتمثل فى القصـــص والراويات الفكـــاهية والمسابقات بين الاندية الى غيرها من المضامين التى تهدف الى نقل الفرد من واقعه المعاش المثقل بالمشـــاكل الى عالم أكثر رحابة واشراقا تتجسد خلاله كل أمال الفرد وطموحاته والتى يعجز عن تحقيقها فى دنيـــا الواقع .

ولكن يبدو ان اجهزة الاعـــلام فى جميع الاحوال مضطرة الى نشر مثـــل هذه المضـــامين الخيالية ليس فقط بفعل التوجيـــه السـيـــاسى والتنفيس عن الرغبات المكبوتة لدى الافراد ومعاناتهم اليومية ، ولكن ايضـــا بهدف جـــذب الجمـــاهير اســـاسا الى التعرض لمضـــامين هـــذه الاجهزة بعـــد أن ثبت اقبـــال الجمـــاهير على مثـــل هـــذه المضـــامين على اختـــلاف انتمـــاءاتهم الاجتماعية(١) . بيـــد ان المشـــكل هنـــا لا يتحدد فى حجم هذه المضـــامين او اهدافها ومـــدى الاقبال عليهـــا ، ولكن فى نوعيـــة ما يقدم من مواد ترفيهية، حيث كثيرا ما تتســـم هذه المواد بالسطحية والابتزال والميل للاثارة والاسفاف الأمر الذى يترك تأثيرات مدمرة على واقع الحيـــاة الاجتمـــاعية والثقـــافية للأفراد .

(ب) التوظيف على مستوى الأفراد :

يتأثر توظيف وسـائل الاتصـــال على المســـتوى الفردى بعـــدة عوامل تتضـــافر معـــا لتحديد الكيفية التى يستخدم بهـــا الفرد الوســـيلة الاتصالية ويمكن تحديد هذه العوامل فيمـــا يلى :

١ — القدرات الذاتية للفرد (فسيولوجية ، ثقافية ، اقتصادية) .

٢ — الصـــورة الذهنية للفرد عن الوســـيلة الاتصالية .

٣ — خصـــائص هذه الوسيلة وقدراتها الاعلامية .

٤ — الطريقة التى يتم بها توظيف هذه الوسيلة من قبل النظـــــام السـيـاسى .

٥ — الواقع الثقافى والاجتمـــاعى الذى يعيش فى اطاره الفرد بما يمليه من احتياجات واهتمـــامات معينـــة .

---

(١) شون ماكبرايد وآخرون ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصـــال، الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١ ص ٥١ .

للافراد .

ودون الدخول فى مناقشة تفصـيلية لكل عامل من هذه العوامل فانه فى ظروف الفقر المطلق والنسـبى الذى يعيش فى اطاره العديد من الافراد فى المجتمعات النامية ، وتدنى المستويات الثقـافية والصحية ، وتفشى الامية وسوء الأحوال المعيشية ، فان ما يشغل بال هؤلاء الافراد حقا طوال كل أو اغلب الوقت هو كيفية مواجهة نفقات الحياة اليومية ، ومع الفقر والاستغراق فى مشـاكل الحياة اليومية والمصـالح الذاتية البحتة ، يختفى أو يتضـاءل الاهتمـام بالقضايا أو الأحداث العـامة ، أو الرغبة فى المشـاركة وابداء الراى والحوار حول المشـاكل والقضـايا القومية ، والتى قد تثيرها أجهزة الاعلام ، ومع اشتداد وطأة المعاناة الاقتصـادية والاجتماعية تتزايد النزعة الدينيـة والهروبية والاستسلامية لدى الغالبية العظمى من جماهير العـالم النـامى .

ومع الاحتكار الصـارم من جانب السلطة السـياسية لأجهزة الاعـلام المركزية ، واستغراق هذه الأجهزة فى عمليات الدعاية السـياسية ، والتبرير والمسـاندة واضـفاء الشرعية على الممارسات المشروعة وغـير المشروعة ... الخ . وعجز هـذه الأجهزة اما بحكـم طبيعتهـا الذاتيـة او نتيجـة للطريقة التى توظف بهـا عن النجـاح فى تحقيـق التفـاعل والمشـاركة الايجابية مع الجمـاهير ، فقدت اجهزة الاعلام الرسمية مصداقيتها وترسخت الصورة الذهنية لديها بأنها اجهزة سلطة وليست اجهزة شعبية يمكن الاعتمـاد عليهـا وانها ادوات للترفيه والتسلية وتمضـية الوقت ، وليست للتوعيـة والارشاد والتثقيف ، فالصـحيفة تقرأ للتسلية وتمضـية الوقت والتليفزيون للفرجة والانبسـاط والراديو للاغانى والاستماع للقرآن الكريم وهكذا .

وفى ظل ما تقدم يوظف الجانب الأكبر من الأفراد فى المجتمع النامى اجهزة الاتصـال بأنواعها المختلفة فى :

١ — الالمـام بطقوس الحيـاة اليوميـة وبالذات تلك المتعلقة بعنصر الوقت والزمن مثل مواقيت الصلاة والآذان ، ومواعيـد اذاعة المسلسلات حتى أن بعض الافراد يستخدم هـذه المواقيت لتحديد مواعيـد مقـابلاته مع الآخرين .

٢ — الترفيه والتسـلية وتمضية الوقت ، وينصرف هـذا الاستخدام على كل اجهزة الاعـلام المركزى حيث يتزايد اقبـال الافراد على المضـامين الترفيهيـة التى تبثها هـذه الاجهزة (المسلسلات ، الأفلام ، الاغـانى ، المباريات الرياضية ، الحوادث والجرائم ... الخ) وكذا على اجهزة الاتصال الصـغيرة (الفردية) مثل الفيـديو وشرائط التسجيل وغيرها .

٣ — الاسـتماع الى القرآن الكريم والاحاديث الدينية عبر وسـائل الراديو والتليفزيون وشرائط التسـجيل .

٤ — متابعة طقوس وممارسات النخب الحاكمة وذوى النفوذ فى المجتمع ، دون محاولة التجاوب أو حتى مجرد الانخراط الوجدانى مع هذه الممارسات والاكتفاء بالفرجة والسخرية من هذه الممارسات .

٥ — تسهيل الاتصال الاجتماعى ، وذلك بالاستعانة احيانا ببعض مضامين اجهزة الاتصال فى المناقشات والحوارات الشخصية .

٦ — الشهرة : فقد استخدم بعض الافراد من أدباء ومفكرين وفنانين ومنتجين وغيرهم أجهزة الاتصال بأنواعها المختلفة ، فى تحقيق شهرة واسعة حتى اصبحوا اعلاما معروفين على نطاق جماهيرى .

وأيا كانت المهام التى تؤديها أجهزة الاتصال سواء على المستوى السياسى او الفردى فى البلدان النامية ، فاننا نؤكد ان هذه المهام السابق تحديدها ، هى مهام عامة تقوم بها أجهزة الاتصال فى المجتمعات النامية الا ان ذلك لا ينفى حقيقة أن هذه المهام تتباين من حيث أولوياتها وسماتها وفقا للاوضاع المجتمعية والخصائص الحضارية التى تميز كل مجتمع من المجتمعات النامية .

الفصل الرابع

تكنولوجيا الاتصال
(التأثير والفاعلية)

الفصل الرابع
تكنولوجيا الاتصال (التأثير والفاعلية)

مقدمة :

اذا كان الفصل السابق قد أظهر الكيفية التى تستخدم بها أجهزة الاتصال فى المجتمعات النامية بعامة ، والاهداف والغايات التى توظف من أجلها فى هذه المجتمعات ، فان هذا الفصل يسعى لمناقشة نتائج قيام أجهزة الاتصال بالمهام التى توظف من اجلها وحقيقة التأثيرات الاجتماعية لهذه الاجهزة . لما لذلك من علاقة وثيقة ومباشرة بموضوع اهتمامنا الرئيسى فى هذا العمل وهو بحث علاقة الاتصال بالثقافة المحلية .

والواقع ، ان قضية تأثير اجهزة الاتصال الحديثة فى المجتمع ، تعد واحدة من القضايا المعقدة ذات التاريخ الطويل والممتد فى التراث الاعلامى ، والتى لا يزال الجدل دائرا حولها بين الباحثين ولا يكمن تعقيدها وصعوبتها فى اضطراب المفاهيم التى جرى طرحها حتى الآن ولا فى حجم المشاكل الفنية الخاصة بتصميم بحوث التأثير ، وصعوبة عزل المؤثرات الاخرى الفاعلة فى العملية ، وقلة التنظير الدقيق فى هذا المجال ، وقيام بحوث التأثير التى اجريت على اسس نظرية ومنهجية غير واضحة ... الخ . ولكن للقضية ابعادا ايديولوجية ومجتمعية ايضا حيث يحدد الانتماء الفكرى للباحث مدى اقباله — أو معارضته لمناقشة قضية تأثير أجهزة الاعلام فى المجتمع .

فأنصار الاتجاه الوظيفى أو الليبرالى ، الذين يؤمنون بالتفرد واستقلال النظم الاجتماعية فى المجتمع ... الخ يميلون الى فهم الاتصال كنسق وظيفى له دوره فى نقل الرسائل الاعلامية الى الافراد ، وبالتالى فانهم يسعون للتعرف على مضامين هذه الرسائل ودرجة تأثيرها على وحدات المجتمع ومناشطه المختلفة ، حيث يتزايد الاهتمام لدى أنصار هذه الاتجاه ، للتعرف مثلا على تأثير المواد الاعلامية على رؤية الفرد للعالم الذى يحيط به ، وفى اتخاذ قراراته .

وفى المقابل ، فاننا نجد انصار الاتجاه المادى الجدلى ، يشككون كثيرا فى جدوى بحوث التأثير الاعلامى ، فمن وجهة نظر أنصار هذا الاتجاه فقد تشكل التاريخ من خلال علاقات الصراع والتناقض بين الطبقات الاجتماعية المختلفة ، وان التنافس فى الحملات الانتخابية مجرد تنافس بين شيئين متماثلين

كمـــا ان بحوث التاثير التى يجريها انصـــار الاتجاه الوظيفى تتجـــاهل طبيعة الخضـــوع الايديولوجى لاجهـــزة الاعـــلام للطبقـــة المســـيطرة فى المجتمع . وهكذا ، فان عمليـات اجهزة الاعـــلام تفهم لدى انصـــار هـــذا الاتجاه بوصـــفها نشر مشروع مفاهيم ذوى النفوذ فى المجتمع وخدمة مصالح واهتمامات الجمـــاعة الحاكمة ، وهذه المفاهيم والاهتمـــامات فى حد ذاتهـــا لا تصلح ان تترجم بســـهولة الى اى شـــكل من ابحاث التأثير بالصـــورة المعروفة(١) . وفضـــلا عن ذلك ، فان التقييم النهائى لتاثير اجهزة الاعلام ، لا يتحدد فقط من خلال عنصرى المضمون والجمهور ، كما يعتقد انصار الاتجاه الوظيفى ، ولكن ايضـــا من خـــلال الطريقة التى يتم بهـــا امتـــلاك وتوظيف المؤسسات الاعلامية فى المجتمع ، ومع ان انصـــار الاتجاه المـــادى الجدلى ينظرون الى اجهزة الاعلام باعتبارها ادوات مهمة فى تشـــكيل وعى الافراد . الا ان اتجاه هذا الوعى لا يمثل اهميـــة ، ولا يتطلب الدراسة الميدانية ، طالما انه يعكس افكار وتصورات للجماعة الحاكمة ويوجه اساسا لتدعيم الاوضـــاع القـــائمة .

كذلك ، فان التمايزات المجتمعية المختلفة ، توضح اســـباب الاقبـــال او عدم الاقبال على دراسة تاثير اجهزة الاعـــلام فى هـــذا المجتمع او ذاك . ويفسر « بملر » اسباب تزايد اقبال المؤسســـات الاكاديمية فى الولايات المتحدة الامريكية وبالذات فى فترة ما بعد الحرب العـــالمية الثانية على دراسة تأثيرات اجهزة الاعلام ، بأن هـــذا المجتمع بدأ يشـــهد موجة من التغيرات الاجتماعية غير المتوقعة ، وظهور اســـاليب حياة غير مبررة وعابثة ، وتفشى العادات الجنســـية السيئة وتضـــاءل الثقـــة بالادارة نتيجة للحرب الفيتنامية ، ومن ثم ، نظر خبراء الاتصـــال ورجال الاعـــلام فى المجتمـــع الامريكى الى أجهزة الاعلام بوصـــفها عاملا من عوامل هذا التغيير الاجتماعى ، او أنهـــا أدوات يمكن توظيفها للحصول على التأثير الجماهيرى ومنبهات او محركات لتحقيـــق الاهداف المقترحة للتغيير ومن هنـــا تأتى اهمية بحوث التـــأثير فى المجتمـــع الامريكى .

وفى المقابل يقل الاهتمـــام نسبيا ببحوث التأثير الاعلامى فى المجتمعـــات الأوربية ففى هذه المجتمعات لا يتجسد الاختيار بين الافكـــار المتعارضـــة فى كتابات المثقف بمفرده ، ولكن تترجم هذه الافكار ايضـــا بشكل منظم الى أحزاب وتيارات تتضمن الدعوات الراديكالية للتوزيع الســـائد للثروة والسلطة .

---

(١) انظر فى ذلك :

Blumler, J. & Gurrevitch. M., The Political Effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and The Media, Methuen, London, 1982), P. 238.

كما هو الحال فى البلدان الاشتراكية ، ومع ان حجم ماتحقق من مساواة وعدالة فى هذه البلدان لايزال قاصرا ومحدودا ، حيث استمرت ملامح النظام القائم على التمايزات الاجتماعية ، فان ذلك دفع عددا من الباحثين فى هذه البلدان الى التساؤل حول ما اذا كان الاتصال الجماهيرى قد لعب دورا فى الحد من الدوافع الراديكالية وبالذات بين أفراد الطبقة العاملة التى ظلت تعانى فى المجتمعات الاشتراكية وبالتالى ، فان التصور السائد لدى العديد من الباحثين فى هذه المجتمعات يتجه الى اعتبار اجهزة الاعلام مؤسسات للضبط الاجتماعى تعمل أساسا للحد من الاتجاهات الراديكالية فى التغيير الاجتماعى والمساعدة فى تدعيم الاوضاع القائمة والمحافظة عليها(١) . ومن ثم يقل اهتمامهم ببحث قضية التاثير على اساس ان تصور الضبط الاجتماعى يعنى ان مضامين اجهزة الاعلام تميل الى التدعيم وليس التغيير ، الامر الذى لا يستاهل البحث والدراسة طالما ان ما هو قائم معروف سلفا .

وفى المجتمعات النامية ، حيث تشهد هذه المجتمعات تغيرات سريعة ومتلاحقة ، وتتزايد اهمية ومكانة اجهزة الاعلام فى الاسراع بتحقيق برامج التغيير والتنمية ، نجد أن هناك ميل بين الباحثين والمفكرين فى هذه المجتمعات للوقوف على تأثيرات هذه الاجهزة وحقيقة دورها فى هذه المجتمعات ولكن هذا الميل . ظل كامنا ، ولم يترجم الى بحوث واضحة لأسباب متعددة ليس هناك محل لمناقشتها(٢) .

واذا كانت التعقيدات والمشاكل المحيطة ببحث قضية التأثير الاعلامى ، وبعيدا عن الاختلافات القائمة بين الباحثين لتأييد او تجاهل مناقشة هذه القضية . فاننا نرى أن طرح هذه القضية للمناقشة ، يكتسب هنا مشروعية خاصة على ضوء الانقسام الواضح فى موقف الباحثين بين تأكيد قوة أجهزة الاعلام والتقليل أو التهويل من شأن عمليات هذه الاجهزة ودورها فى المجتمع ، وكذلك الحاجة الى الاطلاع على التطورات الجديدة فى بحوث التأثير الاعلامى ، وأبرز انجازاتها ، وتقديم رؤية نقدية لهذه البحوث تتيح لنا فهما

---

(١) Ibid, P. 239.

(٢) للوقوف على عرض مفصل لمشكلات بحوث الاعلام فى المجتمعات النامية أنظر :

سمير حسين ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادىء ، القاهرة ، عالم الكتب ١٩٧٦ . وكذلك :

مجموعة الدراسات والبحوث التى قدمت الى أجتماع خبراء بحوث الاعلام فى الوطن العربى ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ديسمبر ١٩٧٨ .

الفصل لحقيقة تأثيرات أجهزة الإعلام وكيفية دراسة هذه التأثيرات في الواقع المحلي باختصار، فان هذا الفصل يتناول مناقشة العناصر التالية :

١ — تطور بحوث التأثير الاعلامي :
٢ — المداخل النظرية فى بحوث التأثير
٣ — المحددات الفاعلة فى تأثير أجهزة الاتصال .

اولا : تطور بحوث التأثير الاعلامي :

ادى النمو الهائل فى أجهزة الاعلام منذ بداية هذا القرن . وتزايد الثورات السياسية والاجتماعية العالمية ، التى يرى البعض أن أجهزة الاعلام لعبت دوراً فيها الى توجيه الانتباه الى هذه الأجهزة والى ضرورة الكشف عن حقيقة دورها بطريقة علمية ومنظمة . وكذلك الوقوف على ميكانزمات قوتها وتأثيرها . وقد اتخذ البحث فى تأثير أجهزة الاعلام ثلاث مراحل اساسية ومتميزة(١) .

المرحلة الأولى : ويمكن حصرها فى الفترة من أواخر العشرينيات وحتى بداية الحرب العالمية الثانية ، وارتبطت بحوث التأثير فيها بانجازات علم النفس الاجتماعى (نموذج المثير — الاستجابة — التعلم) وبالاعتبارات المهنية والتجارية وجرى خلالها تطوير عدد من النماذج النظرية بهدف البحث عن طرق جديدة للنهوض بكفاءة الاعلان وتنظيم الحملات الانتخابية واستطلاع الرأى العام حول قضايا معينة (سياسية فى الاساس) وزيادة توزيع الصحف ... الخ . وقد اتجهت الأنظار خلال هذه المرحلة الى اجهزة الاعلام بوصفها أدوات فعالة فى تشكيل الآراء والمعتقدات ، وفى التأثير الدعائى القوى للمضامين الاعلامية ، وقد ساهم فى تشكيل هذه النظرة ، المناخ السياسى والفكرى الذى كان سائدا خلال هذه المرحلة ، فقد أعقب الهدوء النسبى الذى ساد العالم بعد الحرب العالمية الاولى ، وظهور الحكومات الفاشيستية منذ عام ١٩٣٠ فى ايطاليا والمانيا ، واليابان ، واستخدامها لجهزه الاعلام فى الاعمال الدعائية والتأثير فى عواطف واتجاهات الناس ، والضرب على وتيرة الولاء والطاعة والالتزام . كما ساهم فى ذلك أيضا سيادة نظرية المجتمع الجماهيرى Mass society التى جعلت دراسة تأثير اجهزة الاعلام تأخذ منحى يرى أن انحصار الاشكال التقليدية للتنظيم ،

---

(١) انظر فى ذلك :

سامية محمد جابر ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٤٠ .

الاجتماعى تحت تأثير التصنيع والتحضر ، قد أثرت فى النظام الاجتماعى حيث أصبح الافراد فى ظل المجتمع الحديث ، عبارة عن ذرات مبعثرة ومعزولة عن الشبكات التقليدية للعلاقات الاجتماعية ، وبعيدة عن مصادر التأييد الاجتماعى . وبالتالى فهم معرضون أكثر للدعاية المباشرة وتأثير النخبة الحاكمة والجماعة المسيطرة على أجهزة الاعلام(١) ، التى تعد رسائلها هنا منبها مباشرا ومؤثرا يحدث استجابة فورية لدى الافراد .

وقد شهدت المرحلة الثانية ، التى امتدت منذ عام ١٩٤٠ ، وحتى بداية الستينيات نشاطا مكثفا فى مجال بحوث التأثير ، حيث ظهرت بعض النماذج التى جاءت انعكاسا للرغبة المتزايدة لتطور وترابط دراسات الإتصال . فقد تغير خلال هذه المرحلة النموذج المبسط الذى ساد المرحلة الاولى ، المرسل ، والقناة ، والرسالة ، والمتلقى . واخذت التغييرات فى اعتبارها اوجها مهمة عديدة فى الاتصال الانسانى فقد برزت الحاجة الى ادخال عنصر رد الفعل (Feed back) كعنصر أساسى فى العملية ، والنظر الى عملية الاتصال بوصفها عملية دائرية ومتكررة وليست خطية او مستقيمة كما هو الحال فى نموذج المرحلة الاولى(٢) وارتبط التطور الرئيسى الثانى خلال هذه المرحلة ، بتأكيد فكرة أن المتلقين ليسوا سلبيين وانما يقومون عادة بعمليات ادراك ، وتفسير وتذكر انتقائية للرسائل الاعلامية ، بينما كانت النماذج فى المرحلة الاولى تقصر عدم كفاءة الاتصال على الضوضاء او التشويش (Noise) . ونجاح الاتصال فى نوايا القائم بالاتصال . نجد أن التفكير فى هذه المرحلة أخذ يتجه الى خصائص المتلقين والمعرفة المسبقة بهذه الخصائص ، والسياق الاجتماعى الذى يحدث فيه الاتصال كعوامل حاسمة فى نجاح عملية الاتصال .

وتمثل التطور الرئيسى الثالث فى هذه المرحلة فى الاهتمام بفصل نماذج الاتصال الجماهيرى عن نماذج الاتصال التقليدية ، ووضع سمات خاصة ومميزة لعملية الاتصال الجماهيرى . فقد تبنى « شرام » فى نموذجه الاكثر ذيوعا ، الطبيعة الجمعية للمرسل ، والعضوية الاجتماعية للمتلقى ، ووجه رلاى ورلاى (Rily & Riley) أهمية خاصة للوضع الاجتماعى الرسمى وغير الرسمى الذى يؤثر على كل من المرسل والمتلقى والعلاقة بينهما ووضع « مالتزكى » (Maletzyke) نموذجا معقدا ضمنه هذه الافكار وغيرها . وخصوصا تلك الافكار المتعلقة بالتباين بين مختلف الاجهزة ، ونوع

---

(١) Blumler & Gurrivitch, The political of Mass Communication Op. Cit., P. 242.

(٢) McQuail & Windahl. Communication Models, Longman, London, 1981, P. 5.

المضمون ، ومدى فهم كل من الجمهور والقائمين بالاتصال لبعضهم البعض .. الخ . وعمل وستلى وماكلين (Westley & Maclean) على تأكيد الدور الذى تلعبه مؤسسات الاتصال الجماهيرى فى التوسط والتحكم كقنوات بين مصادر المعلومات فى المجتمع والجمهور العام . وساهم نموذجهما ايضا فى سد الفجوة بين النماذج الاولى بتاكيدهما على الاتصال الهادف ، وتدفق الاتصال الجماهيرى الذى يبدو غيرها هادف بمعنى ان استمراريته غير موجهة الى متلقين معروفين ومحددين . حيث نجد ان القائم بالاتصال فى نموذجهما يعمل بوصفه وكيلا او ممثلا Anagent للمتلقى ، ومفسرا لاحتياجاته واهتماماته. وطبقا لهذا التصور ، فان رغبة الجمهور تصبح بديلا حرفيا لهدف القائم بالاتصال(١) .

وقد كانت محصلة هذه التطورات ، ان اتسم الطابع العام لبحوث ودراسات التأثير فى هذه المرحلة — وعلى خلاف المرحلة الاولى — بالتقليل من كفاءة وفاعلية اجهزة الاعلام بصفة عامة . واصبح ينظر الى هذه الاجهزة على انها تعمل من خلال وسائط تسهل او تعوق من تأثيرها . وقد عبر عن ذلك بيرلسون Berelson فى معادلة شهيرة مفادها :

ان نوعا ما من الاتصال + نوعا ما من الموضوعات تضاف الى الانتباه الخاص لجمهور ما . تحت بعض انواع الشروط . يمكن ان يجعلنا تحصل على قدر معين من التأثير(٢) .

ولقد اوضحت تفسيرات (بيرلسون) لهذه المقولة ، انها مجرد موجه اجرائى لترشيد خطوات البحث ، حيث اوضح اهمية التمييز بين اجهزة الاعلام وما يوجد بينها من اختلاف فى الخصائص والقدرات ، وبين مختلف أنواع المضمون الذى تثيره هذه الاجهزة . وان التأثيرات سوف تختلف بالضرورة ، وفقا للاتجاهات السائدة بين الجمهور حول الموضوعات المثارة وكذلك وفقا للاختلافات النوعية بين الافراد ، حيث ان هناك بعض الافراد اكثر قابلية للاقتناع من الآخرين .

كذلك فقد حدد « كلابر » خمسة عناصر وسيطة تحد من عملية التأثير المباشر لأجهزة الاعلام : وهى العمليات الانتقائية ، ومعايير الجماعة ،

---

(١) راجع عرضا مفصلا لهذا التصور فى :
McQuail & Windahl, Communication Models, ibid PP. 23 — 34.

(٢)
McQuail, D., **Towards A Sociology of Mass Communication** London, Collier Macmillan, 1980, P. 45.

والاتصال الشخصى ، وقادة الرأى ، وطبيعة اجهزة الاعلام فى المجتمع الحر[١].
وانتهى كلابر من تحليلاته لهذه العناصر الى ان مضمون اجهزة الاعلام ، وفقا لطبيعة هذه العناصر ، يساهم فى تدعيم او تغيير او تعديل الاتجاهات الهامشية او الرئيسية ، كما يمكن أن يحدث تأثيرا على المدى الطويل او القصير وعلى مختلف قطاعات الجمهور[٢] .

واذا مضينا فى استعراض دراسات كل من (بيرلسون) (Berelson) ١٩٤٨ ، و« هوفلاند » (Hovland) ١٩٥٣ و ١٩٥٤ ، و « كلابر » (Klapper) ١٩٦٠ ، و « كوكس » (Cox) ١٩٦١ الى غيرها من الدراسات التى عنيت بدراسة الآثار الاجتماعية لاجهزة الإعلام والوقوف على قدراتها التأثيرية فى هذه المرحلة . فاننا لا نخرج من هذه الدراسات باجابات واضحة حول قوة أجهزة الاعلام ، وعلى العكس افضت هذه الدراسات الى اقتناع مؤداه ان التغييرات الجوهرية فى الاتجاهات والآراء نتيجة لما تقدمه اجهزة الاعلام هى تغيرات من المحتمل أن تكون طفيفة للغاية ، وان اجهزة الاعلام الجماهيرى لا تعمل عادة كعنصر كاف وهام للتاثير على الجمهور ، وانما تؤدى هذه الأجهزة وظيفتها من خلال مؤثرات وسيطة ومتداخلة على النحو الذى اشار اليه « كلابر » من قبل .

واذا كانت مثل هذه الدراسات ، قد اتسمت بالواقعية ، وبالحبكة المنهجية ، ولفتت الانتباه الى تعقد عملية الاتصال الجماهيرى ، وعرفنا خلالها الكثير عن العناصر الوسيطة والشروط التى يمكن فى اطارها أن يحدث قدر ما من التاثير . الا ان ما يؤخذ على هذه الدراسات انها لم تميز بين انواع ومستويات التأثيرات المختلفة التى تسعى الى بحثها ، واستهدفت التركيز على التأثيرات قصيرة الاجل (Short-term effects) واهمالها الواضح لعمليات التأثير التراكمية والمتنامية التى تتركها اجهزة الاعلام على المدى الطويل (Long term effects) فقد اهتم معظم هذه الدراسات بقضايا وموضوعات آنية (سياسية واعلانية فى الاساس) لها ظروف خاصة وارتبطت تساؤلاتها بأهداف واغراض الذين قاموا بالاشراف عليها وتمويلها . كما افتقدت اجاباتها التحديد النظرى[٣] . وهكذا فان دراسات التأثير السريع وقصير الاجل قد سادت على حساب دراسات التأثيرات التراكمية وطويلة الاجل .

---

(١) Klapper, J., **The Effects of Mass Communication**, New York, Free Press, 1960, P. 19.

(٢) Klapper, J., **Ibid**, P. 258.

(٣) Defleur, **Theories of Mass Communication**, New York, David Mc Kay, 1975, P. 116.

وفى المرحلة الثالثة ، وخلال حقبة السبعينات ، كان التساؤل عن تاثيرات اجهزة الاعلام ، قد طرح من جديد ، واتسم الطابع العام لبحوث التأثير فى هذه المرحلة بالرؤية النقدية للنماذج والاساليب المنهجية المستخدمة فى المرحلة السابقة ، وبالاعتدال فى تفسير قوة اجهزة الاعلام اى عدم المبالغة او التهوين من شان هذه الاجهزة . وبدأ البحث فى جوانب معينة كانت مهملة من قبل ، فقد تجاوز السعى للوقوف على التأثير المباشر لاجهزة الاعلام الى محاولة الاجابة على التساؤلات الخاصة بالتفاعل المتبادل والمعقد بين الأفراد اثناء عملية الاتصال . حيث اتجه الاهتمام هنا الى التساؤلات الخاصة بدور المؤسسات الاعلامية والقائمين عليها ، ونوعية المضمون الاعلامى الذى تقدمه اجهزة الاعلام وما يحمله هذا المضمون من قيم وافكار وعادات مجتمعية ، وكذلك تأثير رغبات الافراد واحتياجاتهم الاجتماعية المحددة على سلوكهم وردود افعالهم ، وتأثير العلاقات الشخصية على حجم انتشار الرسالة الاعلامية أو درجة قبول أو رفض المضمون الاعلامى(١) .

كذلك فقد تغير الاهتمام من التأثيرات المباشرة قصيرة الاجل الى التأثيرات غير المباشرة طويلة الأجل(٢) . ومن بين الافكار المحورية التى ظهرت فى هذا المجال سيادة التصور بأن اجهزة الاعلام تمارس معظم تاثيرها عن طريق تقديم المعرفة والاحكام الاساسية حول الموضوعات التى تقع خارج نطاق الخبرة الشخصية المباشرة للفرد ، حيث يكتسب الناس المادة الخام Row-material كما هى ، ومن خلالها تتشكل آراؤهم . فالناس تستقبل مثيرات من اجهزة الاعلام عما يجب أن تبدى رايا فيه ، وعن الافكار السائدة حول القضايا المختلفة فى المجتمع . ومن ثم فان تاثيرات اجهزة الاعلام عليهم سوف تعتمد على طبيعة المعرفة ومجموعة المعتقدات المقدمة ، ودرجة اتساقها وتنوعها . واخيرا ، درجة اعتماد الافراد اساسا على هذه الأجهزة كمصدر للمعلومات .

وأيا كان الأمر ، فانه يمكن بلورة اهم التحولات الحديثة فى بحوث التاثير الاعلامى فيما يلى :

١ — التحول من التركيز على الاتجاهات والآراء فى دراسة تأثير اجهزة الاعلام الى التركيز على المعارف . وهذا التحول يطرح تساؤلا مؤداه : هل

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول الاتجاهات الحديثة فى بحوث التاثير انظر :
McQuail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 58 - 78.

(٢) انظر فى ذلك :
McQuail, D., & Windahl, S., Op. Cit., P. 60 — 74.

التغير فى المعارف هو فى الحقيقة شرط مسبق للتغير فى الاتجاه ؟ وعلى الرغم من عدم وجود شك فى الصلة القائمة بين الاتجاهات والمعارف الا أن العلاقات السببية بينهما ، ما زالت اكثر تعقيدا وغامضة الى حد كبير .

٢ — التحول من فهم التأثيرات من واقع التغيرات الحادثة التى فهمها بمعنى تشكيل او اعادة تشكيل المعارف والتصورات ، ويبدو واضحا أن ذلك مرتبط بالتحول السابق ، ويتضح بصورة اكثر فى البحوث التى يطلق عليها « وظيفة وضع البرامج » التى تقوم بها اجهزة الاعلام .

agenda-setting function of mass media وكذلك دور اجهزة الاعلام فى تشكيل تصورات الجمهور للواقع الاجتماعى .

٣ — كثرة نماذج الاتصال الجماهيرى ، التى طرحت محددات بديلة لطبيعة التأثيرات ، فالنماذج الخطية التى تحدد عناصر عملية الاتصال فى : المصدر ، القناة ، الرسالة ، المتلقى ، والتركيز على التغيرات فى الحالة العقلية للمتلقى التى اثارتها نماذج سابقة قد استكملت ، بمداخل اخرى تتضمن ذوامنات الرغبات والحاجات التى يتم التركيز فيها على اعضاء الجمهور ، ومدى تكيف مضمون اجهزة الاعلام طبقا لاحتياجاته واهتماماته .

٤ — الاقلاع عن التركيز المكثف لدراسة تأثير اجهزة الاعلام من خلال الحملات الانتخابية ، الى الاهتمام بدراسة مختلف مجالات تغطية اجهزة الاعلام بما فى ذلك الظروف غير الانتخابية او العادية. حيث كان المنحى الأول يثير نقدين اساسيين ، اولهما انه يركز الاهتمام على التأثيرات قصيرة الأجل (فترة الحملة الانتخابية) ويهمل بالتالى التأثيرات التراكمية التى تتركها اجهزة الاعلام على معتقدات الأفراد وتصوراتهم للمواقف المختلفة . وثانيهما هو انه يعالج فقط تأثيرات الرسائل السياسية ، ويتجاهل مضامين فكرية اكثر اقناعا مثل الكوميديا ، المسلسلات ، والقصص ... الخ . وقد اصبح الاتجاه الجديد يركز على اجراء تحليلات متعمقة Cultivation analysis وشاملة لمضامين اجهزة الاعلام . ومحاولة الوقوف على نوعية الافكار والتصورات التى يغلب اثارتها فى البرامج والموضوعات التى تثيرها هذه الأجهزة(١) .

٥ — الاهتمام بدراسة القائمين بالاتصال الجماهيرى ، والوقوف على اساليب العمل بالمؤسسات الاعلامية ، وظروف انتاج المواد الاعلامية داخل هذه المؤسسات ؟ وذلك انطلاقا من اقتناع مؤداه ، ان فهم ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية ، والتعرف على اساليب العمل بها وعلى طبيعة الانتماءات الفكرية والاجتماعية للقائمين بالاتصال الجماهيرى ، وتحديد مجالات اهتمامتهم

(1) Blumber, J., and Gurrevitch, M., The Political Effects of Mass Communication, Op. Cit., 240.

ومواقفهم ازاء القضايا المختلفة سوف يسهم فى فهم قدرة اجهزة الاعلام فى مجال التأثير الاجتماعى(١) .

ومهما كانت طبيعة التحولات التى طرأت على توجهات ابحاث التأثير الحالية ، وما قد يستجد منها فى المستقبل وبالذات حول تأثير الاتصال الدولى ، وانظمة تبادل المعلومات الحديثة ، وعلاقة اجهزة الاعلام الدولية بالعلاقات القومية ... الخ ، فاننى ارى أن الجانب الهام الذى ينبغى ان يركز عليه الاهتمام اولا فى مجال التأثير الاعلامى هو ذلك الجانب الذى يسعى الى الوقوف على الظروف التى يمكن فى اطارها أن يحدث التأثير ، وتحديد العناصر الفاعلة فى هــذا التأثير . على ان يكون واضحا من البداية حجم ونوع التــأثير الذى يسعى الباحث الى دراسته حتى يمكن الوصول الى نتائج محددة وواضحة تحد من كثافة الغموض الذى يحيط بهذا النوع من الدراســات . وعلى الرغم من ذلك ، فان استعراض التراث النظرى المتوافر حتى الآن يكشف لنا عن مجموعة من الانجازات الهامة فى هذا المجال :

اولا : هناك اتفاق بين الباحثين على ان التأثيرات التى تحدث من اجهزة الاعلام كثيرا ما يأخذ معظمها شكل تدعيم الاتجاهات والآراء السائدة . بمعنى ان مضمون اجهزة الاعلام يعمل على تدعيم الآراء السائدة لدى الجمهور اكثر مما يعمل تغيير هذه الآراء . وهى خلاصة تتفق مع الحقيقة القائلة بأن الناس تميل الى رؤية وسماع المضامين المفضلة او التى تتفق مع اهتماماتهم أو توقعاتهم . وان الجمهور يستجيب لمضمون اجهزة الاعلام الذى ينسجم مع هذه التوقعات وعلى ضوء ذلك يتم رفض أو قبول أى مضمون .

ثانيا : هناك اتفاق على أن التأثيرات تتباين وفقا لأهمية أو مكانة القائم بالاتصال . أو كما يطلق عليهــا البعض المصدر الأكثر جدارة بالثقــة والهيبة والمعقولية . بالاضافة الى ما يتمتع به من قدرات فى تقديم الحجج والبراهين ، حيث يميل الجمهور الى سرعة الاستجابة لاستنتاجات هذا المصدر(٢) .

ثالثا : كلما زاد انتشار اجهزة الاعــلام وتغلغلها بين الجمهور تزايدت احتمالات تغيير الآراء فى الاتجاه المرغوب .

---

(١) للوقوف على عرض مفصل حول هــذا المنحى فى بحوث التأثير انظر :

Elliott, P., Media organization and occupations : an over view, in James Curran, and other (eds.) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold 1982, PP. 142 — 168.

(٢) انظر فى ذلك :

Berelson, B., Steiner, G., Mass Communication in Human Behaviour, An inventory of Scientific findings, New York, Harcourt, Brace & world Inc., 1964, P. 537.

رابعا : معرفة الجمهور بالقضايا والموضوعات ، تؤثر على احتمالات التأثير ، حيث أن أجهزة الاعلام يمكن أن تؤثر فى خلق تغيير حول الموضوعات غير المألوفة أو الخارجة عن دائرة حياة الفرد اليومية . وبعبارة أخرى تلك الموضوعات غير الملحة ، بالنسبة للأفراد ، أو التى لا ترتبط مباشرة بحياتهم . وذلك اذا ما تعرض لها الفرد .

خامسا : ان انتقاء وتفسير الجمهور للمضمون الاعلامى يتأثر بالآراء والاهتمامات السائدة ومعايير الجماعة أيضا .

سادسا : ان بناء العلاقات الشخصية السائدة بين الجمهور ، يلعب دورا وسيطا فى إنتقال المضمون الاعلامى ، وان طبيعة هذه العلاقات تحدد أو تقرر ما قد يحدث من تأثير (افترضى تدفق المعلومات على مراحل) .

ثانيا : المداخل النظرية فى بحوث التأثير :

وعلى ضوء ما تقدم ، يمكن تصنيف بحوث التأثير ونماذجه الأساسية فى مدخلين اساسيين ، المدخل الأول : — هو **المدخل التقليدى**(*) . الذى ساد خلال المرحلة الأولى والثانية من تطور بحوث التأثير . وينطلق من التساؤل الأساسى ، ماذا تفعل أجهزة الاعلام بالناس ؟ أما المدخل الثانى : فهو **المدخل الوظيفى** ، الذى يركز على السؤال المقابل ، ماذا يفعل الناس بأجهزة الاعلام . وسوف نسعى هنا إلى التعرض لهذين المدخلين المختلفين ، محاولين ابراز أهم الأفكار السائدة فى كل منهما وما تشتمل عليه من أوجه قوة أو ضعف وبيان مدى ملاءمتهما لدراسة تأثير أجهزة الاتصال فى المجتمع أو مدى الاستفادة منهما فى الدراسة الراهنة .

(أ) المدخل التقليدى :

يتجه هذا المدخل فى بحث موضوع تأثير أجهزة الاعلام للاهتمام بحركة الرسالة بين المرسل والمتلقى ، واستجابة المتلقى لهذه الرسالة باعتبارها أحد المثيرات ، كما يركز أيضا على الجهود التى يبذلها المرسل لتتبع محتوى الرسالة ومصيرها لدى المتلقى وتعد دراسات « شانون وويفر ، ولاسويل ، ولازرزفيلد » السابق عرضها فى موضع سابق من هذا العمل

(*) لا ينبغى أن تفهم التقليدية هنا بأكثر من أنه الشىء المألوف أو المعروف والذى اعتاد عليه غالبية الباحثين فى دراستهم لهذا الموضوع .

كمثال على هذا المنحى(*) فقد اهتم « شانون وويفر » بدراسة عملية التأثير بالتركيز على ثلاثة جوانب اساسية : الجانب الاول يتعلق بفهم المشكلات الفنية ، او بكيفية نقل الرموز والمعانى بطريقة صحيحة وسليمة ، ويهتم الجانب الثانى باسلوب نقل الرسالة للمعانى والرموز المرغوبة اما الجانب الثالث فيهتم بحجم تأثير الرسالة على سلوك المتلقى فى الاتجاه المطلوب(١) .

كذلك فقد سعى « لاسويل » الى فهم عملية تاثير اجهزة الاعلام من خلال نموذجه من ، **يقول ماذا ، وباى وسيلة ولمن وباى تاثير** ، وهو النموذج الذى انطلقت منه غالبية بحوث الاتصال الجماهيرى ، فقد نظر «لاسويل» الى الاتصال على انه عملية خطية Liner يتم خلالها نقل رسائل من المرسل الى المتلقى وفهم التاثير Effects على انه التغيير الذى يمكن ملاحظته وقياسه لدى المتلقى وتسببه العناصر المتداخلة فى العملية . فاى تغيير فى صياغة الرسالة ، او الوسيلة مثلا يمكن ان يحدث تغييرا لدى المتلقى(٢) .

وقد جرى تطوير مثل هذه التصورات على يد « كاتز ولازرزفيلد » فى نموذجهما انتقال المعلومات على مرحلتين ، فبينما كانت رسائل اجهزة الاعلام وفقا لأفكار شانون وويفر ولاسويل وغيرهم تصل الى الافراد وتحدث تاثيرها بصورة مباشرة ، نجد ان كاتز ولازرزفيلد قد اشارا الى انتقال هذه الرسائل من اجهزة الاعلام الى قادة الراى فى المجتمع ، ثم من خلال هؤلاء الى الجماهير التابعة وذلك من خلال عمليات الاتصال الشخصى(٣) .

وهكذا لفت (كاتز ولازرزفيلد) الانتباه الى ان افراد الجمهور ليسوا منعزلين اجتماعيا ، وان استجابة ورد فعل الجمهور تجاه رسائل أجهزة الاعلام سوف لا تكون مباشرة وفورية ، ولكن تتوسط وتتاثر بطبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة بين الافراد ، كما ان الافراد ليسوا متساوين تماما أمام الحملات الاعلامية . ولكن يقومون بادوار مختلفة فى عملية الاتصال .

(*) راجع الفصل الثانى من هذا العمل .

(١) انظر فى ذلك :

Fiske, J., introduction to Communication studies, London, Netuen, 1982, P. 7.

(٢) Ibid P. 32.

(٣) Katz and Lazarsfeld, Personal influence, Glencoe Free Press, 1955.P. 21.

وبلختصار ، فقـد لفت « كاتز ولازرزفيلد » انتباه الباحثين الى أن هـذه الأجهزة لا تعمل فى فراغ اجتمـاعى (Social Vacuum) ، ولكنها تعمل داخل شبكة معقدة جدا من العلاقات الاجتماعية ، وان هذه العلاقات تحدد مصير الرسـائل الاعلامية ومدى تأثيرها .

ومع كثرة النماذج التى ظهرت بعد ذلك ، وابرزت دور العوامل الاجتماعية والنفسية ، والثقافية فى تسـهيل او اعاقة تأثير رسائل اجهزة الاعلام على الأفراد(١) . الا ان غالبيـة هذه النمـاذج ظلت تفهم التـأثيرات على انهـا تلك التأثيرات السريعة والمؤقتة (قصيرة الأجل) التى يقصدها المصدر ، وتتصل بالتغييرات فى المعارف والاتجاهات والسلوك لدى الافراد . كمـا انها لا تتم نسـبيا من خلال وسائط بمعنى انها مباشرة . وبصورة عامة ، تلك التأثيرات المرتبطة بفكرة الحملة Campaign . وهى الجهـد الواعى والمقصـود لاستخدام اجهزة الاعلام لأغراض اعلامية ودعائية لتحقيق أهداف محددة .

وقد قام « ديفلير » (Defleur) عام ١٩٦٦ بادخال تطوير جـديد على هذه الأفكار بحديثة على نظرية المعايير الثقافية (Cultural norms theory) لتأثير أجهزة الاعلام(٢) . ووفقـا لهذه النظرية فان أجهزة الاعـلام لا تؤثر فقط وبصـورة مباشرة على الأفراد ، ولكن تؤثر أيضـا على الثقافة وحجم المعرفة والمعـايير وقيم المجتمع . انها تقدم مجموعة التصورات والأفكار والأحكـام التى من خلالهـا يستخرج الافراد تصرفاتهم وعلى سبيل المثال ، ففى مجال السلوك الجنسى ، فان اجهزة الاعلام تقدم بصورة تراكمية وغير مقصودة — عادة — رؤية لمـا هو طبيعى وما يحظى أو لا يحظى بالقبـول العـام هـذه الرؤية قد يدمجها الأفراد فيمـا بعد داخل تصوراتهم الخاصة لمـا هو طبيعى أو صـحيح فى هـذا النوع من السلوك .

وانطلاقا من ذلك ، اخذ الاهتمـام يتزايد بالتسـاؤلات المرتبطة بطريقة استقبال الرسـائل الاعلاميـة ، أكثر من التسـاؤلات المرتبطـة بالقـائم بالاتصـال الذى لديه اهتمام بتحقيق أو تلافى نتائج معينة . كذلك تزايد الاهتمام بالتأثيرات طويلة الأمد (Longterm) وغير المقصـودة (Unplanned) وغـير

---

(١) راجع على سبيل المثال نماذج : شرام ، ورلاى ورلاى ، ونالتزكى وروجرز وشوميكر فى :

McQuail, D., Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., PP. 31 — 53.

(٢) أنظر فى ذلك

Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David McKay, 1975, P. 10.

المباشرة (indirect) والجمعية (Collective) اكثر منها فردية من حيث نطاقها ، كما توجه هذا الاهتمام لدراسة تاثير مجموعة من الرسائل او النسق الكامل للرسائل التى لها سمات متشابهة ، بدلا من الاهتمام بالرسائل المنفصلة كالاهتمام بموضوعات التعليم غير الرسمى ، ونقل وتدعيم القيم الاجتماعية الاساسية ، ونقل اجهزة الاعلام للايديولوجية السائدة ، وتهيئة المناخ لتكوين الآراء ، وتوزيع المعرفة فى المجتمع ... الخ .

وفى سياق هذه الاهتمامات الجديدة ، ظهرت بعض الافكار حول تاثير اجهزة الاعلام ، ارى من المفيد مناقشتها هنا ، فقد ظهر افتراض « وضع البرنامج (Agenda-Setting Hypothesis) وخلاصة هذا الافتراض : ان اجهزة الإعلام عن طريق تركيزها على بعض الموضوعات والقضايا واهمال البعض الآخر ، سوف تمارس تأثيرا على الراى العام . فالموضوعات التى تحظى باهتمام اجهزة الاعلام تصبح مالوفة بصورة اكبر ، ويدرك الناس اهميتها خلال فترة من الزمن ، وان الموضوعات التى تحصل على اهتمام اقل سوف تنخفض اهميتها بصورة مماثلة . ومن الممكن اختبار مثل هذه الافتراضات عمليا عن طريق مقارنة نتائج التحليلات الكمية لمضون لاجهزة الاعلام ، مع التغيرات فى الرأى العام التى يتم رصدها بواسطة المسوح على فترتين أو اكثر من الزمن(١) .

ويعد الباحثان الأمريكيان « ماكمبس ودونلدشو (Mccombs & D. Show) افضل من كتب فى افتراض « وضع البرنامج » فقد أوضحا(٢) :

« ان الجمهور لا يعرف فقط عن القضايا العامة والموضوعات الاخرى من خلال اجهزة الاعلام ، وانما يعرف أيضا الاهمية الحقيقية لكل قضية وموضوع من خلال حجم تركيز اجهزة الاعلام على كل منهما ، على سبيل المثال فى التعبير عما يقوله المرشحون خلال الحملة الانتخابية ، فان اجهزة الاعلام تحدد بوضوح الموضوعات المهمة . بمعنى آخر ، فان هذه الأجهزة تنبع جدول اعمال أو برنامج الحملة (agenda) ، وهذه القدرة على التاثير

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول افتراض وضع البرنامج لاجهزة الاعلام انظر :

McCombs M., & Show, D., **The agenda Setting function of Mass Madia**, Public opinion Quarterly, 1972, 36 , PP. 87 — 1716.

(٢)

McCombs M., and Show, D., **Structuring the unseen environment**, Journal of communication, spring, 1976, PP. 18 — 22.

فى تغيير المعارف بين الافراد ، تصبح واحدة من اكثر الجوانب اهميــة فى قوة اجهزة الاعلام » .

وقد اخذ « ماكمبس وشو » من قضية « ووترجيت » الامريكية الشهيرة منطلقا لتوضيح وشرح افتراض «وضع البرنامج». ففى الواقع لم يكن هناك شىء جديد فى الكشف عن الفســـاد السياسى فى المجتمع الامريكى ، ولكن التنـــاول المكثف للصحف ، ونقل جلسات الاستماع التى دارت حول الموضوع فى مجلس الشيوخ عبر شـــاشات التليفزيون ، جعل من هذه القضـــية موضوع العـــام (topic of the year).

وتثير مثل هـــذه الافتراضـــات — على وجاهتهـــا — بعض الشـــكوك والصعوبات . فعلى الرغم من ان اصحاب هـــذه النظرية . قد نشروا بعض النتائج المؤيدة لآرائهم ، الا ان بعض الباحثين ، قد حذروا من القبول الأعمى لهذه الافكار ، على انه دليـــل على التاثير الواسع والتـــام لأجهزة الاعـــلام(١) فهنـــاك غموض حول فكرة الاهتمام التى يمكن أن تعزى الى أجهزة الاعلام ، فهل الاهتمـــام ينبع من قبل القـــائمين على هذه الاجهزة على اختلاف مواقفهم ام تلبية لاحتيـــاجات الجمهور ، ام عن طريق الصـــفوة واصحاب النفـــوذ ، فى المجتمـــع الذين يعملون كمصـــدر لاجهزة الاعلام ، ويمارســـون تاثيرا عليها . كذلك يمكن القول ، أنه مهمـــا كانت درجة تركيز اجهزة الاعلام على موضوعات معينة ، فان الأمر ســـوف يتوقف فى النهاية على مدى اهمية هـــذه الموضوعات وقربها وجديتها وقدرتها على اثارة الخلاف والجدل بين قطاعات الجمهور المختلفة . وفضـــلا عن ذلك ، فهنـــاك انواع عديدة من الموضوعات التى تثيرها اجهزة الاعلام ، يحاول بعضها التاثير على الافراد ، ويحاول البعض الآخر التاثير على الصـــفوة . واخيرا ، ليس واضحا ما اذا كان يمكن للباحث أن يكشف عن التاثيرات المباشرة لاجهزة الاعلام من خلال التصرفات الشخصية لاعضـــاء الجمهور أو توقع أن يعمل افتراض وضع البرنامج من خلال تاثير تفاعل العلاقات الشخصية ، ويؤدى ذلك عمليـــا الى اختلافات كثيرة فى البحث وفى المدى الذى يمكن ان نعتمد على تحليل المضمون لتقـــديم دليـــل فى حــد ذاته ، لتاثيرات محتمـــلة وفقـــا لافتراض « وضـــع البرنامج » ، ويزداد الأمر صعوبة عند اختبار هذا الافتراض فى المجتمعات التى تتشابه فيها مضـــامين اجهزة الاعلام المختلفـــة ، حيث لا تتواتر فى هذه المضـــامين خاصية الاختلاف التى تتيح امكانيـــة القيـــاس والمقـــارنة التى يقوم عليهـــا هـــذا اللون من البحوث .

---

(١) Mc cleod and other, Another Look at the agenda batting function of the Press, Communication research, 1974, 1, 2, PP. 66-131.

على أن ابرز الافكار التى ظهرت فى مجال بحث التاثيرات طويلة الامد ، هى فكرة « فجوة المعلومات (information gap) التى تحدثها اجهزة الاعلام فى المجتمع ، فقد اشــار العــديد من البــاحثين مؤخرا الى أن التدفق المتزايد للمعلومات ، غالبا ما يكون له تأثير سلبى ، نتيجة لتزايد المعرفة داخل جماعة أو فئـــة معينة الى حد يفوق ما يحدث لدى جماعة اخرى . وان فجوة المعلومات سوف تحدث وتتزايد بين جماعة اجتماعية واخرى فى المعرفة بموضوع معين ، باستمرار تدفق المعلومات حول هــذا الموضوع من جانب أجهزة الإعلام(١) .

ويقوم هــذا الافتراض على تصــور مــؤداه : أن الافراد فى النســق الاجتمــاعى غير متساوين أمام المعلومات التى تبثها أجهزة الاعلام ، فالافراد الاكثر تعليمــا ، وترتفع مستوياتهم الاقتصــادية والاجتماعية ، سوف يكونون بلا شــك ، قادرين على تشرب واستيعاب المعلومات بطريقة أفضل من الافراد الاقل تعليمــا ، وتنخفض مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية ، وبالتالى ، فان تزايد تدفق المعلومات ، يؤدى الى توســيع هذه المعرفة بدلا من تضييقها .

وقد أوضح « روجرز »(Rogers) أن آثار تدفق المعلومات لا تتحدد فقط فى ازدياد فجوة المعرفة بين الجمــاعات الاجتمــاعية المختلفة ، ولكن ايضــا فى الفجوات المتعلقة بالاتجاهات والسلوك . وعلى ذلك ، فقد قام « روجرز » بتغيير المفهوم الى فجوة تأثيرات الاتصال (The Communication effects gap) بدلا من فجوة المعرفة ، ومع ذلك ، فقــد نبه « روجرز » الى انه لا الاتصــال الجماهيرى ، ولا المستويات المختلفة للتعليم هى السبب الوحيد لفجوة تأثيرات الاتصال ، ولكن تساهم عوامل اخرى عديدة فى خلق مثل تلك الفجوات(٢) .

وليس المهم هنا مناقشة مثل هذه العوامل(٣) . ولكن المهم مناقشــة

---

(١) أنظر فى ذلك :

Donohue, G. A., Tichenoer, P.J., and olien, G., N., Mass Media and Knowledge gap, Communication Research, 1975, 2, PP. 3-22.

(٢) أنظر فى ذلك :

Rogers, E., M., Communication and development : the Passing of the dominant parading, Communication research, 1976, 3, PP. 40 — 213.

(٣) للوقوف على تفاصــيل هذه العوامل أنظر :

فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصــال ، القــاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٨ ، ص ١٦٢ وما بعدها .

ما يثيره الافتراض أساسا من مفاهيم بالغة الاهمية في دراسة تاثير اجهزة الاعلام ولعل ابرز هذه المفاهيم واكثرها اهمية هو مفهوم امكانية الاتصال (Communication Potential) التى يتمتع اولا يتمتع بها مختلف اعضاء الجمهور ، فمنها بعض الافراد تتوافر لديهم امكانية الاتصال بمعنى القدرة على اعطاء واخذ المعلومات (to give and take information) وبالتالى تتزايد قدرتهم فى عملية الاتصال ، وايضا على تاثرهم بمضامين اجهزة الاعلام . وقد اشار « ماكويل ووندل » الى ان امكانية الاتصال تعتمد على ثلاث سمات رئيسية هى[1] :

١ — سمات شخصية ،فالانسان له قدرات فطرية خاصة مثل الابصار والقدرات المكتسبة مثل التحدث بلغات مختلفة ، واستخدام الآلات الحديثة ... الخ .

٢ — سمات تعتمد على المركز الاجتماعى للفرد الذى يتحدد عن طريق عدد من المتغيرات مثل الدخل ، التعليم ، العمر ، النوع .

٣ — سمات البناء الاجتماعى ، الذى يوجد فيه الفرد ، وتاثير الجماعة الأولية للفرد مثل الاسرة ، جماعة العمل ، جماعة الاصدقاء والنادى والدراسة والحزب ... الخ .

وبالاضافة الى مفهوم امكانية الاتصال ، يثير افتراض فجوة المعلومات او المعرفة تساؤلات ايضا حول حجم هذه الفجوة التى يمكن أن تحدثها اجهزة الاعلام فى المجتمع . وكذلك حول مصير وجودها فى المجتمع . فمن الواضح أن أجهزة الاعلام تثير العديد من الموضوعات . وبالتالى هناك احتمال أن يوجد أكثر من فجوة . وان هذه الفجوات قد تبدو غير متجانسة او متشابهة حيث ان فجوة المعلومات المتعلقة بالموضوعات السياسية مثلا اوسع من تلك المتعلقة بتزايد تكلفة المواد الغذائية خلال السنوات الاخيرة . كما ان الفجوات المختلفة قد توجد لدى الأفراد بطرق مختلفة ايضا .

ووفقا لافتراض فجوة المعلومات ، فان الفجوات تميل فى البداية للزيادة والاتساع بمرور الوقت ، ولكن بعد فترة معينة ، هناك احتمال لغلق هذه الفجوة ، حيث تتمكن الفئة الاقل تميزا من اللحاق بالفئة الاخرى ، وتتساوى معها فى المعرفة بالموضوع ، ويطلق الباحثون على هذه الحالة الاخيرة « منتهى التاثير » (Ceiling effect) [2] . فالأفراد المتميزون والذين تتوافر لديهم قدرات

---

(١) انظر فى ذلك : McQuail, D., and Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., P. 70.

(٢) انظر فى ذلك : Donobue and other, Mass Media and Knowledge gap, op. Cit., P. 15.

اتصالية عالية ، يصلون بعد فترة الى حد التشبع ، ولا يصبح لديهم دافع للبحث عن المزيد من المعلومات حول الموضوع ، فى حين يستمر تدفق المعلومات وانتقاله باشكال مختلفة الى الفئات الاقل تميزا او تنخفض قدراتهم الاتصالية حتى تصبح فى النهاية على دراية كاملة بالموضوع مثل الجماعة الاخرى .

على ان بعض الباحثين يتحدثون عن احتمال فشل غلق عدد من هذه الفجوات ، خصوصا حول الموضوعات التى تواصل أجهزة الاعلام الاهتمام بها ، أو تلك الموضوعات التى لا تستمر هذه الاجهزة طويلا فى مناقشتها . وهو الامر الذى ينعكس فى استمرار بقاء الفجوات بين الفئات الاعلى والاقل تعلما حول هذه الموضوعات . كذلك فان شكل الرسائل الاعلامية ومستواها اللغوى ، وتوقيت اذاعتها ، ومكان نشرها ودرجة ابرازها تعد عوامل مهمة فى استمرار بقاء أو عدم بقاء فجوات المعلومات(١) .

وأيا كان الامر ، فقد توصل « دونيو » وزملاؤه الى بعض الافتراضات التى اراها معقولة الى حد كبير فى هذا المجال وهى(٢) :

١ — كلما ادت قضية الى اثارة الاهتمام العام بالنسبة للمجتمع ككل فان هناك احتمال تزايد المعرفة حول هذه القضية حتى تصبح اكثر انتشارا بين الافراد بصورة متساوية .

٢ — هذا التساوى من المحتمل أن يحدث بصورة اكبر عندما تظهر القضية فى مناخ الصراع الاجتماعى .

٣ — هذا التساوى فى المعرفة من المحتمل أكثر ان يحدث فى الجماعة الصغيرة المتجانسة عن الجماعة الكبيرة غير المتجانسة او المتعددة .(Pluralistic group)

ومع وجاهة هذه الافتراضات ، كمدخل لدراسة وفهم تاثير أجهزة الاعلام ، وما تمثله من رد على سطحية وسذاجة وجهة النظر التى تبالغ فى مقدرة اجهزة الاعلام على التغلغل والانتشار داخل قطاعات الجمهور المختلفة ، أو خلق جمهور على دراية كاملة وبصورة مشابهة بالموضوعات المختلفة التى تثيرها هذه الاجهزة وتوجيهها الانتباه الى اهمية التمييز بين قطاعات الجمهور ، وفقا لمبدأ امكانية الاتصال ، عند بحث موضوع التاثير . الا أن الافتراض نفسه يشوبه بعض أوجه الضعف ، منها : عدم التمييز بين أجهزة الأعلام المختلفة

---

(١) فرج الكامل ، تاثير وسائل الاتصال ، مرجع سابق ، ص ١٦١ .
(٢) انظر فى ذلك :
Donohue and other, Mass Media and Knowledge gap, Op. Cit., P. 20.

فيما يتعلق بالقدرة على خلق أو غلق الفجوات المختلفة . فهناك احتمالات مثلا حول تمتع التليفزيون بقدرة اكبر على غلق الفجوات مما لدى الصحف والمطبوعات ، فعدد القنوات ، والمضمون المقدم بالتليفزيون اكثر تحديدا وتجانسا ، بينما فى حالة الصحف ، فان كل صحيفة تتوجه الى جماهير مختلفة بمضمون اكثر تباينا وتشعبا .

كذلك ، فان الافتراض يقصر الاهتمام على كمية المعلومات ومدى المام الافراد بها ، مع تجاهل طبيعة هذه المعلومات ، ومدى فهم الافراد لمضمونها الفعلى . وفضلا عن ذلك ،فان العلم بالموضوعات المختلفة سوف يختلف وفقا لعوامل عديدة يتجاهلها الافتراض ، منها مدى سهولة او تعقيد الموضوع ، والفائدة المنتظرة من ورائه (الفائدة الخاصة) وسهولة الاتصال بين الافراد (الاتصال الشخصى) وظروف التغير التى يشهدها المجتمع .

والخلاصة التى يخرج بها الباحث من عرضه للمدخل التقليدى فى بحوث التأثير ، أن هذا المدخل على ما يتضمنه من افكار هامة ومفيدة ، وما طرأ عليه من تطورات وتوجهات جديدة ، ليس كافيا بمفرده لبحث وتفسير تأثير اجهزة الاعلام . حيث يحصر اهتمامه فى حركة الرسالة الاعلامية ، واساليب انتقالها واستقبال المتلقى لها . ويهمل الطرف المقابل فى العملية وهو الجمهور — على اهميته — ومدى حاجة هذا الجمهور لهذه الرسائل ، ومدى ملاءمتها بخصائصه واهتماماته ورغباته ، وهو ما يتجه اليه المدخل الوظيفى فى بحوث التأثير الذى نعرض له حاليا .

(ب) المدخل الوظيفى :

ينطلق هذا المدخل من افتراض مؤداه : ان تصرفات الافراد فى المناحى المختلفة ، محكومة بما يتولد لديهم من احتياجات خاصة ، وبسعيهم الدائم لاشباع تلك الاحتياجات . وبالتالى ، يمكن مناقشة قضية التأثير من منطلق حاجة الافراد المفترضة من اجهزة الاعلام والاشباع المفترض الذى يمكن ان يحصلوا عليه من هذه الاجهزة(١) .

وقد اتجه الباحثون الى التركيز على اعضاء الجمهور كعنصر متغير فى عملية الاتصال لدراسة وتفسير عملية التأثير ، كرد فعل لفشل الكثير من

---

(١)

Rosengren, K., E., and Windahl. S., **Mass Media Consumption as a functional Alternative,** in McQual, D., (ed.,) **Sociology of Mass Communication, Benguin Books, England, 1979, P. 172.**

البحوث في ايجاد دلائل محددة حول تاثير اجهزة الإعــلام ، فقد دعا « كاتز » (Katz) الى الحاجة الى تقليل الاهتمـام بالتساؤل الخـاص بماذا تفعل أجهزة الاعلام بالافراد ، والاهتمام بدلا من ذلك بمـا يفعله الأفراد مع هــذه الاجهزة . حيث تفترض وجهة النظر هذه ، انه حتى مضمون أجهزة الاعلام الذى يتميز بكفــاءة عاليــة ، لا يمكن ان يؤثر تلقائيا على الافراد الذين لا يملكون أن يســتفيدوا منــه فى اطار الســياق الاجتمــاعى والنفسى الذى يعيشـــون فيــه(١) .

فالمدخل الوظيفى ، أو ما يطلق عليه البعض مدخل الاستخدام والاشباع (use and gratification approach) ، يقدم أسلوبا جديدا للنظر فى العلاقــة بين مضمون اجهزة الاعلام والجمهور ، حيث يفترض ، أن قيم الناس واهتماماتهم ومصالحهم وادوارهم الاجتماعية ، هى الاقــوى تاثيرا على سلوك الافراد ، وان النــاس بصورة انتقائية يكيفون ما يشاهدونه أو يسمعونه أو يقراونه على ضوء هذه الاهتمــامات ولقد اوضح « دفســـون » (Davison) أن العديد من نتــائج البحوث قد أظهرت أنه يمكن فهم الاتصال بصورة افضل ، لو تم تفسيره على اســاس أنه رباط بين الفرد وبيئته . وافترض أن تأثير الاتصال يمكن أن يفهم على اســاس الدور الذى يلعبه فى تمكين النــاس من تحقيــق علاقات اشباع افضل بين انفسهم والعالم من حولهم(٢) . وتكمن قوة هــذا المدخل فى انه يوجه الانتباه الى اهميــة التعرف على هدف الفرد من التعرض لاجهزة الاعلام ، كمــا أنه يقترح ادخال عنصر جديد متغير ، لم يكن يؤخذ من قبــل فى بحوث تاثير اجهزة الاعلام .

وتنقســم بحوث التاثير التى تنطلق من هذا المدخل — كمــا هو الحال فى المدخل التقليدى — الى بحوث قديمــة وحديثة . فقد قام « فابلز وآخرون » (Waples and other) عام ١٩٤٠ باجراء دراسة عن القراءة كعملية اجتماعية، وقد أثارت هذه الدراســة ســؤالين : الاول يدور حول : من هو القارىء ، وماذا يفعل ، وماذا يريد؟ . والسؤال الثانى ، ماذا وكيف يضيف المطبــوع لرغبــات القــارىء . وقد انتهت الدراســة الى ان دوافع القراءة تتضــمن

---

(١) كتب كاتز هذا الراى فى مقالة بعنوان بحوث الاتصــال الجمــاهيرى ودراســة الثقافة ، واشــار ماكويل الى هذه المقالة بالتفصيل فى كتابة :

Mc Quail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op. Cit., P. 109.

(٢) أنظر فى ذلك :

Davison, W., P., On the Effect of Communication, Public opinion Quarterly, 1959, Vol. 24, PP. 60 — 343.

البحث عن المكانة والاسترخاء ، والرغبة فى الاندماج مع الجماعة والبحث عن الأمن والطمأنينة ، والاستمتاع بالمهارات الفنية . ولان الحالة النفسية للقراء تمثل الحد الادنى المفهوم ، وربما الاكثر أهمية فى التأثير الاجتماعى للقراءة .

مثل هذه النتيجة اكدها « فيرنج » (Fearing) عام ١٩٤٧ فى دراسته عن الفيلم السينمائى ، فقد اوضح ان الفيلم السينمائى ، ليس اطارا ثابتا من المعانى والافكار التى تستقبل عن طريق عقل سلبى ، وانما ما يكونه الفرد يتحدد عن طريق خلفيته واحتياجاته . وانه يأخذ من الصورة ما هو مفيد له ، والذى من خلاله ينبغى ان يفهم تأثير السينما على الجماهير .

كما سعى « هيرزج »(Herzog) عام ١٩٤٤ ، الى الوقوف على تصورات النساء للتمثيليات المقدمة فى الراديو ، حيث لاحظت الدراسة ان النساء ابدين مجموعة من الرغبات التى تختلف عن ظروف حياتهم الخاصة ومشاكلهم . وقد أوضح « هيرزج » ان تعرض أفراد العينة لهذه التمثيليات قد أدى الى اثارة الحافز والانطلاق العاطفى لديهم ، ومحاولة ايجاد بديل يعوضهم عما يلاقونه فى حياتهم من صعوبات . وذلك عن طريق القاء المسئولية على شخصيات القصة . وقد لوحظ فى هذه الدراسة ، ان المسلسلات قدمت الشخصية فى صورة مثالية ، واسلوب حياة متميز ، كما انها احتوت على بعض الصيغ بغية التكيف مع المشاكل الحقيقية للمستمعين .

كذلك يمكن أن تعتبر دراسة « بيرلسون » عام ١٩٤٩ ، التى سعى من خلالها الى الوقوف على شعور الأفراد لافتقاد الصحيفة اليومية خلال فترة اضراب احدى صحف مدينة نيويورك ، نموذجا آخر من البحوث التى اتخذت من المدخل الوظيفى منطلقا لها(١) .

وخلال حقبتى الستينيات والسبعينيات ، ظهرت العديد من البحوث والدراسات فى اطار مدخل « الاستخدام والاشباع » سوف تشير الى بعضها وشيكا ، ولكن المهم هنا ان نؤكد على ان الافكار الاساسية التى انطلقت منها هذه الدراسات قد حظيت بقبول متزايد بين الباحثين . وقد لخص «كاتز» وزملاؤه هذه الافكار فيما يلى(٢) :

---

(١) اعتمدنا فى رصد هذه الأبحاث ، ولمزيد من التفاصيل حولها انظر :
McQuail., D., Towards A Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 71 — 65.

(٢) انظر فى ذلك :
Katz. E., Blumler, J., and Gurevitch, M., Utilization of Mass Communication, Beverly Hills, Sage Publication, 1974, P. 5.

« هنـــاك إسباب اجتمباعية ونفسية للحاجات المختلفة للافراد الذين تولد لديهم بالتالى توقعات من اجهزة الاعلام او المصـــادر الاخرى ، وهو الامر الذى يؤدى الى انمـــاط مختلفـــة من التعرض لاجهزة الاعـــلام ، التى تؤدى بدورها الى اشباع هذه الحاجات والى نتائج أخرى غير مقصودة » .

وبالاضـــافة الى العنـــاصر الاســـاسية التى ضـــمنها« كاتز وزملاؤه » فان بحث الاستخدام والاشباع ، قد يتضمن أيضا الدوافع لاشباع الاحتياجات والبدائل الوظيفيـــة للوفاء بهذه الاحتيـــاجات . فالتعرض لمضـــمون معين من مضامين اجهزة الاعلام ، قد يكون بديلا وظيفيا — على سبيل المثال — لاشكال اخرى من النشـاط الثقافى . وببســاطة تبدو العملية كمـــا يلى(١) :

فرد معين له حاجة اســـاسية مثل الحاجة الى التفاعل الاجتماعى مثلا ، من خلال الخبرة يتوقع هـــذا الفرد ان التعرض لمضـــمون أجهزة الاعـــلام او استخدامه سوف يلبى له بعض جوانب هذه الحاجة ، وهذا يدفعه الى مشـاهدة برامج معينة . أو قراءة أنواع خاصة من مضمون الصحف والمجلات ... الخ . وعندما يتحقق له الاشباع ، يمكن القول بأن استخدام الفرد لأجهزة الاعـــلام يعمل كبديل وظيفى للتفاعل الحقيقى .

وقد قدمت هذه الافكـــار ، اطار عمل للعديد من الدراسـات الحديثـــة . فقد استخدم « كاتز وجرفيتش » هذه الأفكـــار عـــام (١٩٧٧) كمدخل لوصف التشــــابه والاختـــلاف بين مختلف أجهزة الاعـــلام فيمـــا يتعلق بالوظائف والخصـــائص الاخرى التى تؤديها كل منهـــا .

كمـــا اعتمد « روســينجرن » (Rosengren) على هذا المدخل فى دراسته حول استخدام الافراد لمضـــمون اجهزة الاعلام ، وذلك للتمييز بين نوعين من مضمون اجهزة الاعلام : المضمون غير الاعـــــلامى (Non informative) والمضمون الاعلامى (informative) . وقد أوضـــح « روســـينجرن »(٢) أن المضمون الاول ، يقدم للأفراد مكافأة فورية ، اما المضمون الثانى ، فانه يقدم مكافأة مؤجلة ، اى انها قد تعود بالفائدة على الفرد فى وقت لاحق ، وبصـــفة عامة ، فان الأفلام والقصص البوليســـية ، والموسيقى الشـــعبية ، وأخبـــار الحوادث والجرائم والغرائب تنتمى الى المضمون غير الاعلامى اى المضـــامين التى يغلب عليهـــا الطابع الخيـــالى ، بينما الأخبار والوثائق ، والمقـــابلات

---

(١) McQuail, D., and Windhal, S., Communication Models, Op. Cit., P. 76.

(٢) Basengren, K., E., and Windahl, S., Mass Media Consumption as a functional Alternative, Op. Cit., P. 177.

والبرامج حول الشئون العامة تعد مضـامين واقعية ، اى مضامين اعلاميـة بمعنى انها تقترب من الواقع ووفقا لآراء « روسينجرن » فان المضمون غـير الاعلامى يعد مكملا او بديلا وظيفيا (Suplement or substitute functional) يشـبع للافراد الحـاجة الى التعويض او الهروب او الى الخبرات البديلة . اما المضمون الاعلامى ، فانه يستخدم كبديل وظيفى يلبى للافراد الحاجة الى المعلومات والمعرفة .

وقد توصلت دراسة « هازرد » (Hazard) الى ان القلق العـالى يقود الى الاقبال على مشـاهدة برامج التليفزيون الخيالية ، وبالذات بالنسبة للافراد ذوى المستوى الاجتمـاعى والثقافى المنخفض . كمـا اوضح « براون » (Brown) فى دراسته عام ١٩٧٦ عن استخدام الطفل للتليفزيون ، اهميـة تلك الوسيلة من حيث شوظلتها المتعددة او اعطـاؤها اشـباعا متنوعا لمعظم الأطفـال ، مثل اتاحتها الفرصـة لمعرفة كيف يعيش الآخرين ، وتقديمها شيئا للحديث عنه مع الأصدقاء(١) .

واذا كانت مثل هذه الدراسات ، تعد حـالات منفردة ، ومتعلقة بأنواع خاصـة من مواد اجهزة الاعلام ، واجريت على مجتمعات معينـة ، ومن ثم يصعب الاعتماد عليها فى تقديم حكم عام لقدرة اجهزة الاعلام على التـأثير الاجتماعى ، الا ان هذه الدراسات ، قد افادت فى التوصـل الى اتفاق بين الباحثين على تصنيف رغبات الجمهور من اجهزة الاعلام ، حيث لوحظ فى عدد غير قليـل من هذه الدراسات أن هذه الرغبات تتحدد فى(٢) .

١ ـ الحصول على المعلومات والاخبار عن البيئة المحلية والمجتمع الاكبر

٢ ـ المسـاعدة فى التخلص من القلق والوحـدة والتوتر والمتـاعب الشخصية . ويتم ذلك عادة من خلال الانخراط فى عالم خيـالى وعن طريق ميكانزمات التوحد مع البطل او البطلة فى القصة او المسلسل .

٣ ـ الحصول على التأييد والامان وتاكيد الذات ، وتسـهيل التفاعل الاجتماعى وخلق موضوعات للمناقشة ... الخ .

٤ ـ الاحاطة بالطقوس المصاحبة لنشاطات الحياة اليومية التى تميز العصر ، وخلق الجو النفسى المسـاعد على التوحد مع البيئة .

كما افادت الدراسات التى اجريت فى اطار هذا المدخل ايضا فى اظهار

---

(١) McQuail, D., and Windahl, S., Communication of Models Op. Cit., P. 78.

(٢) McQuail, D., Towards A Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 74 — 75.

ان الناس هى التى تفرض الاحتياجات لنظم اجهزة الاعلام ، وانهم موجهون فى مشاهداتهم ، واستماعهم ، وقراءاتهم بواسطة مجموعة من التوقعـات التى تسعى لاشباع الرغبات ، وان هذه الاحتيـاجات والرغبات ، تنبع من طبيعـة الشخصية ، ومن الظروف الاجتماعية . فضلا عن توجيه الاهتمام لاخذ رغبات الجمهور واحتياجاتهم فى الحسبان ، فى أى دراسة تستهدف بحث موضـوع التأثير .

وبخلاف ما تقدم ، فان هذا المدخل يعانى من أوجه نقد وقصور عديدة يمكن بلورتها فيما يلى :

١ — قد لا يتمكن الفرد فى جميع الاحوال من اشباع حاجته بطرق بديلة كمـا يفترض هذا المدخل ، فقد تقف عقبات اجتماعية او مادية او حتى جسمانية أمام تلبية هذه الحاجات ، فالحاجة الى القراءة مثلا ، قد يحد منها عدم قدرة الفرد على شراء الجريدة ، أو عدم المعرفة بمهـارة القراءة ، أو لافتقـاده حاسة الابصار . ومن ثم تظل هذه الحاجة حبيسـة لدى الفرد لا يسـتطيع اشـباعها .

٢ — ليس من الضرورى أن يرتبط تعرض الافراد لمضـامين اجهـزة الاعلام نتيجة حاجات ذاتية يراد اشباعها . فقد تخلق اجهزة الاعلام نفسـها الحاجات لدى الافراد . فالفرد لديه حاجة للاطلاع على الصحيفة لمجرد انهـا عادة تفرضها مقتضيات وضروريات الحياة العصرية . كمـا أن هذه الاجهزة قد تخلق احيانا وبتوجيهات معينة اهتمامات ومصالح ومطامح زائفة لدى الافراد لخدمة اغراض خاصة .

٣ — ينظر هذا المدخل الى الحاجات على نفس المستوى ، فكل مضمون فى اجهزة الاتصال ، يلبى حاجة أو اشباعا لدى الفرد ، دون الاخذ فى الاعتبار قوة أو شـدة هذه الحاجات وترتيب أولويتها . فهناك حاجات ملحة واخرى اقل الحاحا فى حياة الفرد ، ومن ثم فقد يكون هناك احتياجات ملحة لدى الفرد فى فترة معينة ولا يلبيها المضمون المشـار فى اجهزة الاعلام أثناء تلك الفترة .

٤ — لا يميز هذا المدخل بين مضامين لاجهزة الاعلام المختلفة ، وما اذا كان الفرد ، وهو بصـدد اشباع حاجاته يعتمد عليهـا جميعـا . أم يكتفى بوسيلة أو أداة واحدة ، وما اذا كان يوجد تنافس أو تكامل بين أجهزة الاعلام فى هذا المجال ؟

٥ — يفترض هذا المدخل ، ان اجهزة الاعلام لها مضـامين مختلفة تلبى احتياجات مختلفة . فى حين أن هذه الاجهزة فى بعض المجتمعـات ، وبالذات المجتمعات ذات الانظمة الشمولية والديكتاتورية التى تمارس توجيها صـارما

على اجهزة الاعلام ، لا يوجد اختلافات اساسية بين مضمونها وهي عادة ما تشبع احتياجات نفسية محددة .

٦ — لا يعنى مفهوم استخدام اجهزة الاعلام — كبديل وظيفى وفقا لهذا المدخل — الحكم بقوة هذه الاجهزة والتسليم بفاعليتها وتأثيرها على الجمهور ، فمشاهدة التليفزيون او قراءة الصحيفة لتلبية احتياجات معينة لدى الفرد . قد لا يعنى تأثر الفرد بما قراه او شاهده . اذ قد تكون القراءة بهدف اضفاء المكانة على الفرد مثلا ، أو الهروب من مشكلات الواقع دون أن يتأثر الفرد بمضمونها . كذلك فقد يكون فتح الراديو فى المنزل للتسلية دون انصات تام من جانب الفرد لحقيقة ما يذاع او يقال .

ثالثا : المحددات الفاعلة فى تأثير اجهزة الاتصال :

يكشف العرض السابق للتصورات النظرية فى بحوث التأثير الاعلامى ان هذه التصورات يصعب الاعتماد عليها كمنطلق لدراسة تأثيرات أجهزة الاتصال فى المجتمع . فمع ما تتضمنه من افكار مهمة الا انها تظل قاصرة عن تحقيق فهم افضل لقضية بالغة التعقيد والتشابك كقضية تأثير أجهزة الاتصال يتساوى فى ذلك التصورات التى تنطلق من المدخل التقليدى او تلك التى تنطلق من المدخل الوظيفى . ويصبح التحدى الحقيقى الذى يواجه الباحث فى هذا المجال ، هو محاولة البحث عن صيغة تجمع بين جوانب القوة فى هذه التصورات ، وتستبعد اوجه الضعف فى كل منها عند دراسة تأثير اجهزة الاتصال . ولدينا فان هذه الصيغة يمكن أن تتبلور فى المحاور التالية :

١ — ضرورة الوقوف على وضعية أجهزة الاعلام فى المجتمع وعلاقتها بالبناء السياسى والاجتماعى مع الاخذ فى الاعتبار علاقة هذه الاجهزة بالمؤسسات الدولية .

٢ — الاهتمام بدراسة القائمين بالاتصال فى المؤسسات الاعلامية والوقوف على خلفيتهم الاجتماعية والثقافية واساليب تنشئتهم وتدريبهم الاعلامى ، وبيان مدى فهمهم لدورهم وعلاقتهم بالمؤسسة التى يعملون بها وتحديد تصورهم للجمهور الذى يتوجهون اليه وللقضية موضع التحليل .

٣ — الاهتمام بتحليل المضمون الاعلامى ذاته وتحديد سماته وخصائصه والوقوف على توجهاته والرؤى التى يسعى الى طرحها واثارتها وحجم الاهتمام بالقضية او الموضوع محل الدراسة ، مع الاخذ فى الاعتبار مدى الانسجام أو التنافر بين المضامين الاعلامية المثارة عبر الوسيلة نفسها أو بين الوسائل الاعلامية المتنافسة المحلية منها والاجنبية .

٤ — فهم مختلف فئات الجمهور المتلقى ، والتعرف على سماتهم

وخصائصهم الاجتماعية والثقافية وكذا رؤيتهم لأجهزة الاعلام ، وسلوك تعاملهم معها ، والموضوعات التى تحظى باهتمامهم واشكال الاشباع التى تحققها لهم .

٥ — مدى الانسجام أو التنافر بين قنوات الاتصال الجماهيرى وقنوات الاتصال الشخصى حول القضية موضع التحليل .

٦ — تحديد وحدة التحليل المعنية بالتأثير ، الفرد ، الاسرة ، المجتمع ، المحلى ، المجتمع القومى .

وعلى ضوء هذه المحاور الستة السابقة يمكن فهم اشكال ومستويات التأثيرات التى تحدثها عمليات أجهزة الاعلام فى المجتمع . بيد أن الكشف عن مثل هذه التأثيرات لا يتسنى فى لحظة آنية ولكن هى تأثيرات ذات طبيعة تراكمية يستلزم التعرف على أبعادها دراسة تتبعية ومقارنة وتتطلب فى الوقت ذاته تكامل منهجى يستطيع أن يتناول الابعاد المختلفة لهذه التأثيرات .

الفصل الخامس

الاتصال والثقافة (أبعاد العلاقة)

الفصـــل الخامس

الاتصـــال والثقافة (أبعاد العلاقة)

دارت المناقشة فى الفصول السابقة حول الاتصـــال ، وتناولنـــا جوانب عديدة : مفهوم الاتصـــال ، وانواعه ، ونماذجه ، وتقنياته ، ووظائف الاتصال فى المجتمعات النامية ، والمحددات الفاعلة فى تأثير الاتصال فى هذه المجتمعات . وفى هذا الفصل نركز المناقشة على الطرف المقابل لموضوع العمل الراهن وهو الثقافة ، محاولين بداية التعرف على ماهية الثقافة وابعـــادها ، ثم طبيعـــة العلاقة بين الثقافة والاتصـــال ، ودور الاخير فى مجـــال الترويج الثقـــافى ، ونركز تحديدا فى هـــذا المجال على قضـــية البث المبـــاشر وتأثير الثقـــافات الوافدة عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية ، باختصـــار يتنـــاول الفصل مناقشة العناصر التالية :

١ — مفهوم الثقافة .

٢ — العلاقة بين الاتصـــال والثقافة .

٣ — الاتصـــال والانتشار الثقافى (البث المباشر) .

١ — مفهوم الثقـــافة :

على الرغم من شيـــوع اســـتخدام كلمة ثقـــافة فى الاحاديث العـــامة والكتابات المتخصصة ، الا انهـــا لا تزال تختلط فى اذهان الكثير بسبب تعـــدد معانى استخدامات هذه الكلمة ، دون اتفـــاق واضح على مدلولاتها . ويوجد للثقـــافة معنيـــان : **الأول** : لغوى ، وهذا لا خلاف عليه ، فالثقافة فى اللغـــة العربية ، مجاز مأخوذ من تثقيف الرمح أى تسويته ، كمـــا يورد مختار الصحاح معنى الثقافة ، فيقال ثقف الكلام ثقافة اى حذقه وفهمه بسرعة[١] **اما الثانى** : فهو اصطلاحى وهو موضع خلاف بين الباحثين ، حيث تنصرف كلمة ثقـــافة الى معـــان كثيرة وتتفاوت من جهـــة التطبيـــق ســـعة وضيقا ، فقد يتســـع المعنى ليشـــمل اسلوب حيـــاة النـــاس وما تقوم عليـــه من نظم وعلاقات بين الافراد فى تعاملهم مع بعضهم البعض ، بل وايضـــا ردود فعل الانسان على كل المثيرات التى تحيط به فى العـــالم المحيط به ، وقد يضـــيق معنى الثقافة

---

(١) مختـــار الصحاح ، مكتبة مصطفى البابى الحلبى ، القاهرة ، ١٩٥٠ مـــادة ثقف ، ص ٩٤ .

ليقصر نفســـه على مجالات الفنون والآداب وبعض جوانب العلم بالنسبة الى الصـــفوة وحدها(١) .

وقد لاحظ «كروبر وكلاكهون» فى مراجعتهما لمفهوم الثقافة فى كتـــابات الباحثين أن هنـــاك أكثر من مائة تعريف قدمت لمصطلح الثقـــافة(٢) من جانب علمـــاء الانثروبولوجيـــا والاجتمـــاع وعلم النفس والاقتصـــاد والســـياسة والجغرافيـــا والاتصـــال . ومن الطبيعى ان يركز كل عالم يمثـــل تخصـــص معين على محكات معينة وان يعطى ثقلا لظواهر من الثقافة دون اخرى بحسب ما ينصرف اليه اهتمامه النابع من تخصصه .

هذا التعدد والتباين الذى لاحظه « كروبر » وزميله فى دراســـتهما لمعنى الثقافة انعكس ايضـــا فى نتائج الاستبيان الذى أجراه احد الباحثين المصريين لاستطلاع مفهوم محدد لماهية الثقافة ، فقد اظهر الاستطلاع ، عـــدم وجـــود تعريف متفق عليـــه بين من اجابوا على الاستبيان فمنهم من عرف الثقـــافة بأنها موقف عقلانى واعى وفاهم عن العـــالم المـــادى وغير المـــادى ، وآخر عرفها بأنها اسلوب حياة يســـعى دائمـــا نحو التطور والتقدم ، وعرفها آخرون بأنها مجموعة الانجازات التى حققها مجتمع من المجتمعـــات فى حقبـــة تاريخية معينـــة . وفريق يرى انهـــا كل ما يعزز قدرات الانســـان وما يضيفه اليـــه من معلومات وتجـــارب بحيث يصـــبح اكثر قدرة على مواجهـــة مشـــكلات الحيـــاة(٣) .

وايا كان الأمر حول تعـــدد وغموض مفهوم الثقافة واختلاف البـــاحثين فى التوصل الى اتفاق محـــدد حول هـــذا المفهوم ، فان استعراض عـــدد من المحاولات التى قدمها بعض الباحثين الثقاة لمعنى الثقافة من شأنه هنا تسليط الضـــوء على هذا المفهوم ومساعدتنا فى بلورة رؤية واضحة حوله تحقق أهداف العمل الراهن ؛ لقد ظهر مفهوم الثقافة اســـاسا فى الأعمـــال الانثروبولوجية المبكرة وبصـــفة خاصة لذى (تايلور) احد اقطاب علم الانثروبولوجيا ورواده الأوائل ، فقـــد عرف «تايلور» الثقافة فى كتابه « الثقافة البدائية » بأنهـــا :

---

(١) المجـــالس القومية المتخصصـــة ، تقرير المجلس القومى للثقـــافة والفنـــون والآداب والاعلام ، حول الملامح العامة لاستراتيجية الثقافة ، الدورة الثالثة ؛ يونيو ١٩٨٢ ؛ ص ٢٩ .

(٢) نقلا عن محمد الجوهرى ، الانثروبولوجيا ، ط ١ ، القـــاهرة ؛ دار المعـــارف ١٩٨٠ ، ص ٦٤ .

(٣) حســـن الكاشف ، تعريف الثقافة ، دراســـة ميدانيـــة ، الحلقة الدراســـية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مـــايو ١٩٨٣ ص ٩ .

الكل المركب الذى يشتمل المعارف والمعتقدات والفن والقانون والاخلاق والتقاليد والعادات وجميع القدرات الاخرى التى يستطيع الانسان ان يكتسبها بوصفه عضوا فى مجتمع »(١) . واوضح «البتنى» ان الثقافة ، « هى مجموعة الأنماط السلوكية والفكرية التى يكتسبها الافراد من خلال المجتمع والتى يؤمن بها ويقرها افراد المجتمع ويكافحون من اجل اطاعتها »(٢) .

واقترح « كونير » تعريفا للثقافة ، حاول فيه ان يجمع معظم العناصر التى حظيت بموافقة علماء الاجتماع ، فأوضح ان الثقافة تتألف من أنماط مستترة او ظاهرة للسلوك المكتسب او المنقول عن طريق الرموز ، فضلا عن الانجازات المتميزة للجماعات الانسانية ، ويتضمن ذلك الأشياء المصنوعة ويتكون جوهر الثقافة من افكار تقليدية وكافة القيم المتصلة بها أما الانساق الثقافية فتعتبر نتاج السلوك من ناحية وتمثل الشروط الضرورية له من ناحية اخرى(٣) .

ويذكر « صلاح قنصوه » ان الثقافة هى الوجه الانسانى من العالم الطبيعى ، او ما خلقه الانسان وما يزال يخلقه ، وهى عتادهواسلوبه فى غزو الطبيعة او فى استجابته لها . فاذا كان العالم الطبيعى يزودنا بالمواد الاولية ، فان الثقافة هى التى تحدد اسلوب استثمار تلك المواد لخدمة مطالبنا ، وباختصار انها اسلوب الحياة الذى ينطوى على معتقدات وعادات ومهارات ويتضمن البواعث والاهداف التى تحث الفرد والجماعة على المشاركة فى انشاء النظم والمؤسسات المادية والروحية . كما تحمل فى باطنها المبادىء او القيم والمقاييس التى تفرز بموجبها تلك الاساليب والنظم الثقافية نفسها ويحكم عليها وتصاغ الثقافة من مجموع جوانب فاعلية الانسان على نحو ما يفصح عنها فى دينه وفلسفته وفنه وعلمه ومن قبل ذلك فى لغته واساطيره وسحره وكما تتجسد فى نظمه وتقنياته(٤) .

ويشبه « حامد عمار » وظيفة الثقافة فى الحياة الاجتماعية للافراد بوظيفة البوصلة فى عبور البحار او اجتياز القفار باعتبارها أداة هامة لما يأخذ المرء او يدع من اتجاهات ومسالك . وتتجلى الثقافة بصورة واضحة فيما يصنعه الانسان او ينتجه من اشياء ومواد وسلع ، وفيما يعتاده

---

(١) الطاهر لبيب ، سوسيولوجيا الثقافة ، الدراسات الخاصة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، ١٩٧٨ ص ١٢ .

(٢) نقلا عن حسن الكاشف ، مرجع سابق ص ٤٠ .

(٣) قاموس علم الاجتماع ، ص ١١٠ .

(٤) صلاح قنصوة ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية بحوث الاعلام فى مصر ، مرجع سابق ص ٣ .

من سلوك مع نفســه وعائلته ومحيطه وفيمــا يرغب فيــه ويحبــه ويؤثره ، وفيما ينأى عنه ويبغضه من دوافع وما يحبطه من مواقف ، وفيما يعتبره جميلا أو قبيحا وباختصــار تتجسد الثقافة فى واقع الحياة من خلال تعــامل الافراد والجمــاعات مع الطبيعة ومع بقيــة البشر . وبالتــالى فهى ليست أفكــارا أو قيما مثالية وانمــا تنعكس فى الواقع المعاش الذى يصنعه الانسان(١) .

ويميز « فؤاد زكريا » فى تحديده لمعنى الثقافة بين ثلاثة معانى رئيســية للمصطلح(٢) :

المعنى الأول : وهو كل ما يضيفه الانسان الى ما يتلقــاه من الطبيعــة أو ما يجده فيهــا — فالانسان كنوع بخلاف الحيوان يقــوم بعمليــات تحوير واعادة تشــكيل للطبيعة ، وهــذه العمليــات يمكن ان تتخذ طابعا ماديا ، كما هو الحال فى الادوات المــادية التى يستخدمها فى الزراعة او الصــيد مثلا . أو طابعــا معنويا ، كالقواعد التى ينظم بها مجتمعه ويتعامل بها مع الآخرين .

المعنى الثانى : فيكتفى بالجــانب المعنوى فقط ، وفيه تعنى الثقــافة العــادات والقيم التى يتميز بها مجتمع عن آخر وأسلوب الحياة وطرق التفكير التى تســود حضــارة معينــة دون غيرها .

المعنى الثالث : وهو أضيق مما سبق وفيه تشــير الثقــافة الى النواتج الرفيعــة التى لا يبدعها ولا يتذوقها الا فئــة محددة من الناس داخل المجتمع الواحد كالشعر والموســيقى والفن التشــكيلى والكتابات الثقــافية بمختلف أنواعها . وهــذا هو المعنى المستخدم عنــدما نتحدث عن انســان مثقف او عن وزارة للثقافة تقوم برعاية النواتج الرفيعة ولا شــأن لها طبعا بالثقــافة بالمعنى الأول أو الثانى .

ومع صعوبة تبنى الدراسة الراهنــة بحكم طبيعتهــا الاعلامية للمعنى الأول — الواسع للثقافة ، الذى يشــير الى جوانبها المادية وغير المــادية ، أو المعنى الثالث الضــيق ، الذى يقتصر معنى الثقافة على النواتج الرفيعة ، فان الدراســة الراهنة تاخذ بالمعنى الثانى للثقافة والذى يركز على الجوانب المعنوية ، ووفقا لذلك يقتصر فهمنا للثقافة هنــا على أســاس أنها تعنى :

---

(١) حامد عمار ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكرى العربى ، عمــان ، مارس ١٩٨٦ ص ١٢١ .

(٢) فؤاد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت ، ١٩٨٨ ص ١٦ .

« اساليب الحيــاة الشائعة لدى جمــاعة او مجتمع معين والتى تظهر فى اقوال النــاس وتصرفاتهم او عاداتهم وتقاليدهم خلال حياتهم الجمعية » .

ويفيد هنــا ان نسلط الضــوء على بعض جوانب الثقافة بهــذا الفهم لما لذلك من علاقة بموضوع اهتمامنا :

١ — ان الثقافة ليست درجة من العلم يحققه الفرد أو درجة من التقدم يحققها المجتمع ، ولكنهــا فى حقيقتها هى الانســان بكل مقوماته ومزاجه وميوله ورغبــاته وعاداته ، وتقاليده .

٢ — تعمل الثقافة على تنظيم الحياة الاجتمــاعية بشــكل يوفر لأفراد المجتمع ما أمكن من احتياجاتهم المعيشــية وطرق الحصول عليها ، فهى بمثابة الموجه لسلوك الافراد والمحدد لردود افعــالهم فى المواقف المختلفــة فى فترة زمنيــة .

٣ — لكل كيــان اجتماعى هوية أو ذاتية ثقافية ، تشير الى اســاليب الحياة المعاصرة السائدة فى هذا الكيــان والتى تميزه عن اســاليب الحيــاة السائدة فى الكيانات الأخرى(١) .

٤ — الثقافة عملية تراكمية تاريخية . فالثقافة المصرية الراهنة مثلا ، هى نتــاج لكل المؤثرات والتجارب التى مر بها الشعب المصرى عبر القرون المختلفة ومن أبرز مؤثرات هذه الثقافة ، المصــدر المصرى القديم ، والمصــدر اليونانى والرومانى ، والمصدر المسيحى ، والمصــدر الاســلامى ، والمصــدر المملوكى والعثمــانى مرورا بحمــلة نابليون ، واسرة محمد على والاحتــلال الانجليزى ، واخيرا المصــدر العالمى المعاصر وخاصة المصدر الغربى(٢) .

٥ — لا تتحدد التمايزات بين الثقافات المختلفة فى العنــاصر والمكونات المؤلفــة لكل ثقافة وانمــا تتحدد فى العلاقات التى تقوم بين تلك العنــاصر ففى كل الثقافات توجد العناصر أو المكونات ذاتها ، الدين ، الزواج ، الحب ، عادات الطعام ، اللبس ، التعاون ، التفكــير ... الخ . ولكن مع اختــلاف المحتوى والوزن النسبى ، وطبيعــة العــلاقة بسائر العنــاصر ، ذلك أن العنصر أو المكون الثقــافى لا يعمل بمفرده ككيــان مســتقل ، وانمــا يعمل بواســطة بشر يفهمونه ويفسرونه ويستخدمونه فى اتجــاه دون آخر ، فيأخذ التفكير مثلا فى مجتمع طابعا عقلانيــا وفى مجتمع آخر طابعا غيبيا وهكذا .

---

(١) عبد الهادى الجوهرى ، اصول علم الاجتماع ، القــاهرة ، مكتبــة نهضة الشرق ، ١٩٨٤ ص ٢٤٩ .

(٢) ســيد عويس ، حول موضوع الذاتية الثقافية ، الحلقة الدراســية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، مــايو ، ١٩٨٣ ، ص ٢ .

٦ — أن الثقافة باعتبارها نظم حياة ورؤى وعادات وتقاليد وقيم جماعية من الممكن يمكن اكتسابها وتطبيع الافراد الجدد عليها وهنا تلعب مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالاسرة ، والمؤسسات التعليمية والدينية ، والاتصال دورا مهما في هذا المجال .

٧ — تخضع الثقافة لعمليات التطوير والتغيير بفعل متغيرات داخلية أو ما يحيط بها من متغيرات خارجية(١) . وهذا لا يمنع أن تكون بعض مكوناتها من الثوابت نسبيا وبعضها من المتحولات المتلاحقة في سرعتها النسبية . على أن عملية تغير المكون الثقافي لا يعني القضاء نهائيا عليه واحلال مكون آخر عوضا عنه ، ولكن تعني تبدل في موقع المكون وزيادة أو تناقص اهميته والوزن النسبي له بالمقارنة بالمكونات الأخرى وفقا لطبيعة الظروف الداخلية والخارجية التي تحيط بالجماعة في فترة زمنية معينة .

٨ — تنتقل الثقافة من مجتمع الى آخر ومن جماعة الى اخرى من خلال عمليات الاتصال والاحتكاك ، وخلال عملية النقل يحدث تنافر أو صراع بين البيئة الثقافية الوافدة والاخرى المحلية ، ووفقا لطبيعة وشروط الاحتكاك ، ونوعية السمة الوافدة ، ومدى قوة أو ضعف البنيان الثقافي المحلي ، تتحدد نتيجة الصراع ، اما بالقبول والاندماج في النسيج الثقافي المحلي أو بالرفض وعدم القبول .

٩ — توجد دوائر مختلفة للثقافة ، فهناك الثقافة الرئيسية يتبعها كل افراد المجتمع ويعاقب كل من يخالفها ، وهناك الثقافة الفرعية التي تقتصر على نطاق جغرافي او بشري أو سلالي معين ، وهناك الثقافة الرسمية التي تتبناها الصفوة الحاكمة أو المثقفة وتعبر عن مصالحهم وطموحاتهم ، والثقافة الشعبية التي قد تعبر عن خط مضاد تماما للثقافة الرسمية لتعكس آمال وأحلام الجماهير المقهورة في الغالب .

٢ — العلاقة بين الاتصال والثقافة :

تتداخل العلاقة بين الاتصال والثقافة وتتشابك الى الحد الذي جعل بعض الباحثين ينظر الى الاتصال والثقافة باعتبارهما وجهان لعملة واحدة . فقد أوضح « ادوارد هول » E. Hall في كتابه عن اللغة الصامتة « ان الثقافة اتصال على اعتبار أن العادات والتقاليد والتراث والخبرات والقيم والمعارف المختلفة كلها تنتقل بين الاشخاص والجماعات والاجيال . وهذا

---

(١) علي عبد الرازق الجلبي ، المجتمع والثقافة والشخصية ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨٨ ، ص ٧٥ .

الانتقـال او النقل والتوصيل هـو ما يعطيهـا صـفة الاستمرارية والبقـاء في الوجود(١) .

كذلك تعتبر طرق الاتصـال ذاتها جزء من الثقافة السـائدة ، فاللغـة والحركات والاشـارات والايماءات ... الخ . وهى عناصر ثقافية ، أدوات في الوقت ذاته لنقل الثقافة وتوصـيلها ، وقد اوضح « مارشـال ماكلوهن » صاحب العبارة الشـهيرة « الوسيلة هي الرسالة » أن أدوات الاتصال جميعا تعتبر امتدادا لحواس الانسـان لها دورها في تغيير هذا الانسان والتأثير على اسلوب حيـاته أى ثقافتـه(٢) .

كمـا يلتقى الاتصـال والثقافة فى أوجه كثيرة من ناحية ، نجد أن كل العمليات الثقافية لا تخلو من تفـاعلات اتصـالية ، وكل العمليات الاتصـالية لا تخلو من تفاعلات ثقافية(٣) ، وفى ذلك تشـكل الثقـافة معظم المضـامين التى تحملها العمليـات الاتصـالية ، كمـا يساهم الاتصال فى نشر المعارف ودفع عجلة الانشـطة الثقافية وفى انتفـاع الأفراد بصـفة عامة بالنتـاج الثقافى والمشاركة فى الحياة الثقافية(٤) .

ومع هذا التداخل بين الاتصـال والثقافة ، الا أن الاتصال بأنماطه المختلفة لا يمكن أن يعكس الثقافة أو يكون بديلا عنها ، ذلك أن الثقافة أشمل وأعم من الاتصـال ، فهى تعكس الوجه الحضـارى للمجتمع ولها مجـالاتها المتعددة ، انها كمـا أشرنا من قبل أسلوب حياة الأفراد فى مجتمع معين فى حين أن الاتصـال وبالذات فى المجتمع المحلى ، يعكس وجهة نظر معينة وهى ليست بالتأكيد كل مشتملات الثقافة الموجودة فى هذا المجتمع .

وقد أفضى تطور أسـاليب الاتصال ، وما احدثته التكنولوجيا الجديدة الى المزيد من التباعد بين الاتصـال والثقافة بمفهومها الاشمل . فقد وجهت اتهامات عـديدة الى أجهزة الاتصـال الحديثة باعتبارها أجهزة ساعدت على نشر وترويج الثقافة الرخيصـة بدلا من الثقافة الجادة التى تعبر عن صميم حياة النـاس فى المجتمع ، فهذه الأجهزة تقدم مواد اتصـالية على درجة عالية

---

(١) نقـلا عن ، أحمد أبو زيد ، الاتصـال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨٠ ، ص ٣٢٦ .

(٢) وليـام ريفرز وآخرون ، وسـائل الاعلام فى المجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١ ، ص ٤٩ .

(٣) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الدورة السـادسة ، يونيو ١٩٨٥ ص ٩٥ .

(٤) سـعد لبيب ، الأمن الثقافى فى مجال العمل الاذاعى ، مجلة الدراسات الاعلامية ، اكتوبر / نوفمبر ١٩٨٧ ، ص ١٠ .

من التفاهة والضحالة والسطحية تعتمد فى الأساس على الاثارة والتشويق بدلا من العمق الأمر الذى أصاب الحياة الثقافية فى المجتمع الحديث بالعقم والانحطاط الثقافى(١) . وهو المعنى الذى أشار اليه « طه حسين » حينما سئل عن اثر اجهزة الاتصال الحديثة وبالذات الراديو والتليفزيون على الثقافة فكان رده أن اثرها كان سلبيا لأن البعد الذى أضافاه الى ثقافة الانسان كان سطحيا ولم يكن عميقا ، صحيح أن هذه الوسائل لا تخلو من جرعات ثقافية ولكنها ليست بالقدر الكافى من غذاء الفكر الذى يحتاجه عقل الانسان لبنائه الثقافى(٢) .

كما أفضت هذه الأجهزة ، بسبب تباين قدرات الأفراد على التعامل معها الى اتساع نطاق الهوة الثقافية فى المجتمع بين من يستطع التعامل مع هذه الأجهزة ، ويعتمد عليها فى غذائه الثقافى وبين من لا يستطيع التعامل معها لقصور امكانياته الشخصية أو الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية ، وهى الهوة التى تساهم فى احداث التفكك الثقافى بدلا من الاندماج والتكامل

وايا كان الأمر ، فان فهما افضل للعلاقة بين الاتصال والثقافة لن يتحقق بعيدا عن فهم الظروف المحيطة بعمليات الاتصال وبناء القوة السائد فى المجتمع ، ذلك لأن عمليات الاتصال ، كما اشرنا سلفا تخضع للضبط والاحتكار والسيطرة والتوجيه من جانب جماعة الضغط واصحاب النفوذ والمصالح فى المجتمع ، الأمر الذى يملى على قنوات الاتصال الاقتصار على التعبير عن هذه المصالح والاهتمامات دون غيرها مما يجعل الثقافة التى تحملها تمثل ثقافة نخبة معينة وليست ثقافة المجتمع ككل . وهذا يقود الى اهمية استخدام منهج التحليل الطبقى للاتصال ، وهو المنهج الذى يعتمد على المقولات الرئيسية التى تركز على آليات انتاج الاتصال للكشف عن الايديولوجيا التى تحاول الجماعات الاجتماعية المسيطرة سواء على مستوى المجتمع المحلى أو القومى أن تطرحها من خلال وسائلها المتعددة فى تشكيل رؤى وقيم بعينها(٣) .

ان الاتصال وكذلك الثقافة نتاج لواقع موضوعى ، وافراز للاوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة فى المجتمع ومن ثم يتأثر كلاهما بهذه الاوضاع ، فالثقافة فى مجتمع ما تتأثر بالاوضاع السياسية والاقتصادية التى تسود هذا المجتمع فى حقبة معينة ، فتعلو بعض

---

(١) أحمد أبو زيد ، الاتصال ، مرجع سابق ص ٣٣١ .

(٢) نقلا عن ابراهيم السمان ، مقابل غير متوازن ، مجلة العربى ، مايو ، ١٩٨١ ، ص ٦١ .

(٣) نادية سالم ، الهوة بين وسائل الاتصال والهوية الثقافية الشعبية الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ٢ .

عناصرها على البعض الآخر أو تتغير أهداف بعض العناصر لتتلاءم مع الاوضاع الجديدة . ففى حقبــة السبعينيات على سبيل المثال ، شهد المجتمع المصرى تغيرا فى التوجهات السياسية والاقتصــادية ، وهى التوجهــات التى اتجهت نحو تشــجيع العلاقات الاقتصــادية الليبرالية والاخذ بالاسلوب الراسمالى فى الادارة والحكم(١) . وقد واكب ذلك على الفور تغيرات فى البنــاء الثقــافى حيث سادت ، نتيجة لهذا التحول ، على قمة البناء الثقافى القيــم المــادية والاستهلاكية وتغيرت مستويات التقييم الشعبى ومعايير الحكم على الاشــياء واخذت قيمــة التعاون مثلا كعنصر ثقافى ، فى ظل هذا التحول اهدافا مغايرة للاهداف التى كانت تسعى لهــا هذه القيمــة فى فترة سابقة فالتعاون أصبح مع الظروف الجديدة ، ليس من اجل المجموع أو عمل الخير ، ولكن من اجل النفع الفردى وتحقيق النجاح بالطرق المشروعة وغير المشروعة .

ولعب الاتصال الذى كان اكثر تأثرا بهذه التحولات دورا تدعيميا ومساندا لهذه التغييرات فأصبحت الاشتراكية ، والقومية العربية التى كانت تروج لها قنــوات الاتصــال فى حقبة الستينيات . سببا للمعاناة اليومية للجمــاهير ، والسد العالى رمز التحدى والصــمود والارادة ، مســئولا عن تدهور الارض الزراعية ، ومجانية التعليم مســئولة عن تدهور التعليم والولايات المتحدة التى كانت تقدم الى الجماهير باعتبارها العــدو اللدود ، اصبحت فى هــذه الفترة الصديق الصدوق ، والانفتــاح الاقتصــادى ، أصبح ضرورى ، لأن الانغلاق سبب لنــا الكوارث ، والمشروعات الحرة ينبغى تدعيمها لأن القطاع العام اثبت عدم جدارته . وعكست المضــامين الاعلامية وبالذات تلك التى تحملها قنوات الاتصــال الجمــاهيرى القيم الفردية والمــادية والاستهلاكية على النحو الذى كشفت عنه دراســات تحليل المضمون لهذه القنوات(٢) .

وهكذا يصعب فهم العمليــات الاتصــالية والثقافية فى المجتمع بعيــدا عن فهم الايديولوجيا الســائدة ، ذلك أن الممارسة فى النهــايةسوف تكشف عن

---

(١) للوقوف على عرض مفصــل للاوضــاع الســياسية والاقتصــادية لهذه الفترة انظر : : عادل حســين ، الاقتصــاد المصرى من الاســتقلال الى التبعيــة ، ج ١ ، ج ٢ ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢ .

(٢) انظر على سبيل المثال الدراسات التالية :

— نادية ســالم ، اثر اعلانات الصحافة والتليفزيون على تغيير الذوق المصرى بعــد سياسة الانفتاح الاقتصادى ، المؤتمر الدولى التاسع للاحصاء والحســابات العلمية والبحوث الاجتمــاعية والســكانية ، المركز القومى للبحوث ، ابريل ، ١٩٨٤ .

— عبد الفتــاح عبد النبى ، دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية ، رســالة دكتوراه ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .

محاولات لتكريس مفاهيم هذه الإيديولوجيا وتطويع العناصر الثقافية السائدة لصالح الايديولوجيا المسيطرة وان طبيعة العلاقة بين الاتصال والثقافة سيتحدد على ضوء العلاقة التى تربط الفكر بالسلطة والجماعة الحاكمة ، والسيطرة الكاملة التى تمارسها السلطة على اوجه النشاط الإتصالى والثقافى ومن هذا المنظور نعتقد ان الاتصال يوظف لصالح منح السلطة اقصى درجة من السيطرة والتحكم فى مجالات النشاط الثقافى فى المجتمع .

بيد ان اللافت للنظر فى هذا المجال ، هو ان الجماعات المسيطرة فى المجتمع تتجه لصياغة ايديولوجيتها فى اطار من الثقافة الشعبية السائدة ، بعد محاولة تطويع عناصر هذه الثقافة وتجريدها من سياقها الشعبى واعادة تحقيق الترابط المصطنع معها فى شكل نسق فكرى جديد يعبر عن السلطة الحاكمة ويساعد على ذلك ، عدم تجانس وتناقض العديد من مكونات الثقافة الشعبية بفعل اختلاف المواقف والخبرات وتباين اوضاع المشاركين فيها فتنتقى هذه الجماعات من هذه المكونات الثقافية الجانب الذى يدعم مواقفها ويحقق مصالحها ويبرر شرعية ممارستها وتحاول ترويجها عبر اجهزتها ومؤسساتها المختلفة بما فيها اجهزة الاتصال(١) .

كما ان قنوات الاتصال التى تتولى من جانبها الترويج لايديولوجية الجماعة المسيطرة تستخدم العناصر الثقافية نفسيها ليست فقط بهدف نشر وترويج رؤى ومواقف هذه الجماعة ، كما اشرنا توا ، ولكن ايضا بغية تحقيق اقصى قدر من التأثير والفاعلية لعملياتها ، ففى المجتمع المصرى على سبيل المثال يعتبر الدين هو احد المكونات الرئيسية للثقافة المصرية ، فقد عرف عن المصرى على مر العصور منذ اخناتون اول الموحدين تدينه الشديد وشغفه المستمر بالأمور الدينية وترديده الحكم والمواعظ الدينية(٢) .

وتدرك أجهزة الاتصال اهمية هذا العنصر ودوره فى تحقيق الاقناع والترويج لأفكار ورؤى الجماعات الحاكمة ، ولذلك تحرص هذه الاجهزة كل الحرص على افتتاح وانهاء برامجها بتلاوة آيات من كتاب الله والاهتمام باحياء المناسبات والاعياد الدينية والاكثار من البرامج والصفحات الدينية وخلال هذا الاهتمام يجرى التأكيد على أن الدين يحض على طاعة اولى الامر

---

(١) محمد عبد النبى ، ثقافة الفلاحين وايديولوجية الدولة ، مجلة دراسات اعلامية ، العدد ٤٤ ، يوليو / سبتمبر ، ١٩٨٦ ص ١٢٩ .

(٢) سيد عويس ، حول موضوع الذاتية الثقافية المصرية ، مرجع سابق ص ٥ .

(أى الحكام) والدين يرفض العنف والخروج عن النظام ، والدين يحرم البذخ والاسراف ، والدين لا يعارض تنظيم الاسرة الى غيرها من الافكــار والمقولات التى تنزع من ســياقها وتحورها لخدمة مصــالح معنية .

كذلك ، فان الثقافة الشعبية تعلى من قيمــة الاصــل فتميز بين ذوى الاصــول الوضيعة (الدون) وهم اولئك الذين لا ينتمون الى عائلات تحظى بمكانة أو ســمعة طيبــة وبين «أولاد الاصول» من ذوى الحسب والنسب(١). وتسعى قنوات الاتصال المختلفة للاستفادة من هذا العنصر الثقــافى وتطويعه لصــالح العملية الاتصــالية فيحاول الافراد من مختلف الفئات فى تعاملهم مع الآخرين التأكيد على عراقة وسمعة وشرف العائلات التى ينتمون اليها ، كمــا تحاول اجهزة الاعــلام الرسمية اتبــاع النهج ذاته حيث تفرط فى الحديث عن شرف مصر ، وعراقة مصر ، وأمجاد شعب مصر ، وبالطبع يقترن ذلك بشخص الرئيس باعتباره رمزا لمصر .

كذلك ، تمجد الثقافة الشعبية البطل والبطولات(٢) . (ابو زيد الهلالى، عنتر بن شــداد ، ادهم الشرقاوى ... الخ) فتتجه اجهزة الاعلام الى اضفاء هالة من التضــخيم والتالية على تصرفات القــادة والزعمــاء ، وتخلع عليهم صفات البطولة والاحترام وتستخدم فى ذلك تعبيرات من قبيل الزعيم الملهم ، وبطل حرب اكتوبر ، وبطل الحرب والســلام ، صاحب الضربة الاولى الى غيرها من الصــفات التى لها فعالياتها ووقعها فى اطار الثقــافة الشــعبية وهكــذا .

على أن استخدام قنوات الاتصــال لعناصر من الثقافة الشعبية لتدعيم عمليــاتها واضــفاء الشرعية على ممارسات الجماعات التى تسيطر على هذه القنوات لا يعنى دوما نجــاح الاتصــال فى تحقيق اغراضه ، ذلك لأن انتزاع العنصر الثقافى من اطاره الطبيعى وتحويره للتأكيد على معانى معينة والتغاضى عن البعض الآخر ، يؤدى الى تشويه هذا العنصر ، واضــعاف مقدرته على القيــام بأداء وظائفه الأصلية التى يؤديها فى نطــاق الثقافة الشعبية . فالدين الذى يحث على اطاعة أولى الأمر يقترن ذلك بمواصــفات وشروط يلتزم بهــا الحكام ، كمــا أن عراقة الاصل والنسب لهــا ايضــا معاييرها فى الثقــافة الشــعبية وهى اما تحقيــق المكانة والملكية والثروة ، أو الشرف والاستقامة وحسن الخلق كذلك فان البطولة والزعامة لها مواصفاتها وانجــازاتها غــير

---

(١) محمد عبد النبى ، مرجع ســابق ص ١٢٧ .

(٢) حامد ربيع ، الثقافة العربية بين الغزو الصهيونى وارادة التكامل العربى ، دار الموقف العربى ، القاهرة ، ١٩٨٣ ص ٤٦ .

العادية ، فاذا لم تتحقق هذه المواصــفات ، تلاشت فاعلية استخدام العنصر الثقافى ، وهو الأمر الذى يتجاهله القائمون بالاتصال .

٣ ـ الاتصـــال والانتشار الثقافى (البث المباشر) :

تؤدى بنـــاء المناقشـــة الســـابقة للعلاقة بين الاتصـــال والثقافة الى تنـــاول وجه آخر لهذهالعلاقة ، وهى الحـــالة التى يقـــوم خلالهـــا الاتصـــال بادخال مضامين ثقافية الى بيئة غير بيئتها الاصلية ، وهى العملية التىحظيت باهتمـــام الباحثين وخبراء التنمية وتزايدت اهميتها فى الوقت الراهن بعد القفزة الهائلة التى تحققت فى مجال الاتصـــالات وسهولة اتاحة المعلومات على نطاق الكوكب الأرضى كله واستخدام اقمـــار الاتصالات التى تنقل ثقافات المجتمعات ذات الامكـــانات الاقتصـــادية والتكنولوجية الواســـعة الى كل ركن من اركان الارض مما يترتب عليـــه انتشـــار ما يمكن ان نسميه بالثقـــافة العـــالمية على حساب الثقافات المحلية(١) .

وقد حلول « سروكن » وصف العمليـــات المترتبة على الاحتكاك الثقافى بين الثقافات المختلفة وحدد هذه العمليـــات فيمـــا يلى(١) :

١ ـ تتجه الأشكال الثقافية المتجانســـة الى المرور بسرعة من ثقـــافة الى اخرى .

٢ـ تتجه الاشـــكال الأبســـط والاكثر اهمية الى العبور بسرعة ايضا .

٣ ـ تواجه العناصر الثقافية غير المتجانســـة بين الثقـــافة المنقـــولة والمتلقية صعوبة كبيرة فى الاندماج والتداخل .

٤ ـ تتصـــارع القيـــم الاكثر تناقضـــا فى الثقافتين ، فاذا لم تكن ذات قوة متكافئة يضـــعف أحداها الآخر ، بفعل استمرار الاتصال .

٥ ـ تندمج القيـــم وبخاصـــة المحـــايدة منهـــا ، ولكن لا يحدث ذلك بنفس السهولة التى تندمج بهـــا القيم المتجانسة .

وبصـــفة عامة يترتب على نقـــل العنصر الثقـــافى الجديد عبر قنـــوات الاتصـــال الى البيئـــة المحلية حدوث حالتين من حالات التكيف وهما حـــالة

---

(١) فؤاد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقـــافة العربية ، مرجع ســـابق ص ٢٧ .

(١) انظر فى ذلك :

Sorokin Pitiring, Society, Culture and Personality, Harper & Brother N.Y, 1947, . 758.

القبول أو حالة الرفض(١) . ففى حالة قبـول العنصر الثقافى الجديد تنشـأ مجموعة من العمليـات منها التعديل والتوافق والحذف والتكامل ... الخ . حيث يجرى فى مرحلة التعديل والمواءمة تفسـير السمات الجديدة وتصـورها على أسـاس منطق الثقافة القديمة فعلى ضـوئه تكون العنـاصر الجـديدة واضحة لأعضـاء الجمـاعة المتلقية ، كمـا لهـا أن تتعايش فى توافق مع الثقافة القائمة وان تجد لها مكانا فيهـا .

ويترتب على توافق او تلائم العنصرين الثقـافيين الى قيـام ظاهرة جديدة وهى المشـاركة أو التهجين بين الثقافتين يترتب عليها ان تنشـأ منهما ثقافة اخرى هجين تتعادل فيهـا العنـاصر الثقافية المختلفة . وبعـد مرور الوقت تحدث عمليات الحذف والتخلص من العناصر القديمة التى يكون العنصر الجديد قد ورث وظيفتها . ثم تأتى مرحلة التمثل الكامل التى يتم خلالها تذويب احدى الثقافتين واختفائها واحلال الثقافة الغـالية محلها ، وتقع حالة الرفض بسبب عـدم المقدرة على تكامل العنصر الثقافى الجديد مع العناصر القديمة ، وعدم المقدرة على المغامرة وتقبل العنصر الوافد ، ورسوخ التقـاليد القديمة وشدة مقاومتها للأخذ بالافكار والاتجاهات الجديدة ، ووجود تمايزات وفروق اجتمـاعية ... الخ . وقد تأخذ حالة الرفض شـكل التجاهل من جانب أفراد المجتمع أو الهروب المـادى والاغتراب أو قد تأخذ شـكل ثورة واضحة .

وأيا كانت نتـائج العمليات المترتبة على ادخال العنـاصر الثقافية الى البيئة المحلية ، فإن الأمر الاكثر اهمية هنـا هو تلك الاوضاع التى خلقتهـا تكنولوجيـا الاتصـال الحديثـة وبالذات تلك الخاصـة بالبث المبـاشر عبر الاقمـار الصـناعية والتى فى اطارها تتاح الفرصـة واسعة لثقافة بعينها، هى ثقافة تلك المجتمعات التى تملك هذه التكنولوجيا للانتشـار على نطاق لم يكن احد يحلم به فى اى عصر مضى والتواجد المستمر والمكثف والضـاغط على ثقافات اخرى محلية أصيلة ليست أمامها الا التلقى ، وتتضاءل امامها فرص الاختيار والانتقـاء التى كانت تميز من قبل عمليـات الاحتكـاك الثقـافى بين المجتمعـات .

وفى ظل هذه التكنولوجيا الجديدة ، اصبح من الممكن للفرد العادى محدود الدخل خلال السنوات القلائل القادمة أن يمتلك مسـتقبلا صـغيرا للغـاية يمكنه من التقـاط ارسالا تليفزيونيا ملونا صـادرا من مكان يبعد عنـه آلاف

(١) جلال مدبولى ، الاجتمـاع الثقافى ، القاهرة ، دار الثقافة للطبـاعة والنشر ، ١٩٧٦ ص ٢٠٤ .

الأميـــال بدون الحاجة الى محطات التغذية المستعملة داخل البلدان المختلفة في الوقت الراهن .

وقد بدات اقمـــار البث المباشر منذ عام ١٩٨٩ اول عملها باعتبـــارها اقمارا للاتصـــالات والبث التليفزيونى ، وفى مصر استطاع قطـــاع الهندسيـــة الاذاعيـــة باتحـــاد الاذاعة والتليفزيون التقـــاط عـــدد من برامج قنـــوات الاقمـــار الاوربية التى تقع مصر فى نطاق اشعاعها ممـــا يشير الى امكانية استقبال بث هذه الاقمـــار وما يستجد مثيلا لها (القمر الاسرائيلى) بواســـطة هوائيـــات طبقية صغيرة رخيصة الثمن نسبيا(١) .

وقد لفتت قضـــية البث المبـــاشر وتأثيراته المرتقبة على المجتمع انتباه الكتاب والمعنيين بشـــئون الاعلام فى مصر منذ مطلع الثمانينيات(٢) واثيرت هذه القضـــية على صفحات الصحف وفى عـــدد من الجلسات والندوات العامة . بيد أن المتتبع لسير المناقشات التى دارت حتى الآن حـــول هـــذه القضـــية وما ظهر من آراء وأفكـــار حولها ، يلاحظ تضارب هذه الآراء وتباين منطلقاتها وغلبة الطابع الانفعالى بعامة عليها ؛ وغيـــاب التحليـــل المتعمـــق والرؤية الشـــمولية التى تضـــع القضـــية فى أطارها الصحيح . فهناك من رحب بمقدم هذا البث ، ووجد فيـــه اثراء للثقافة الأنســـانية وفرصة طيبة وميسرة للاطلاع على منجزات العصر ، وهنـــاك من أعرب عن مخاوفه واثار فى ذلك قضـــايا لأمن الثقـــافى ، والغزو الفكرى والذاتية الثقـــافية التى ستتعرض للتهديد . وتناول فريق ثالث القضية من منظور سياسى صـــحيح واعرب فى ذلك عن تحمسه لما يتيحه البث المبـــاشر من فرصـــة طيبة للتخلص من احتكـــار السلطة للمعلومات ومن الممارســـات المملة لاجهزة الاعلام المحلية .

واياً كانت الطريقة التى عولجت بهـــا قضـــية البث المباشر وتضـــارب الآراء والتصورات المطروحة حولهـــا ، فانه يمكن بلورة ثلاثة اتجاهات اساسية حول هذه القضـــية من المفيد مناقشة كل منهـــا قبل ان نعرض لرأينـــا فى هذا الموضـــوع .

الاتجاه الأول : وهو الغالب ، ويتحدث انصاره عن مخاطر البث المباشر على الثقافة المحلية وتتحدد الأفكار الرئيسية لدى انصار هذا الاتجاه على النحو التـــالى :

---

(١) المجالس القومية المتخصصة ؛ تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الدورة الثامنة ، يونيو ، ١٩٨٧ ص ٦٨٥ .

(٢) راجع على سبيل المثال تقـــارير المجلس القومى للثقافة والفنـــون والآداب ، ابتداء من الدورة الرابعة ١٩٨٢ / ١٩٨٣ وما يليها من دورات .

ان العـــــالم الآن يقف على ابواب ثورة اعلاميـــة جديدة والتى بدات طلائعها فى البث التليفزيونى المباشر ، وهو البث الذى يمكن ان يكون فى جانب من جوانبه تطورا خطيرا للبعثات التعليمية والتبشـــيرية التى كانت فيما مضى وسيلة الاتصال الفكرى بالشعوب التى كان يراد احتواؤها فكريا ووجدانيا ، ويقوم البث التليفزيونى المبـــاشر بهذه المهمة بطريقة اعم واسرع وابلغ اثرا بلا حاجة الى بعثات ومبعوثين فى هـــذا المجال . ومع هذا البث سوف تكون بلادنا مستهدفة لزحف فكرى جديد من جانب الدول التى تملك الاقمار الصناعية وهو الزحف الذى يستهدف تدمير الذاتية الثقافية للمجتمعات المحلية وفرض هيمنة الثقافة المغربية(١) .

وهكذا يبدو العالم وكانه مقبل على فصـــل آخر من فصـــول التـــاريخ الاستعمارى ، تحاول فيـــه الدول الكبرى مرة اخرى الســيطرة على الدول الصغرى غير الصناعية والتى تعانى من مشـــكلات الفقر وندرة الموارد ، فعندما قامت الثورة الصـــناعية فى اوربا لم يكن باستطاعتها أن تستمر سوى بوجود السكك الحديدية والبواخر التى سهلت نقل المواد الخـام من المستعمرات الى المراكز الصـــناعية والامر يتكرر مرة اخرى فى ظل ثورة الاتصـــال الراهنـــة مع الفـــارق ، فبدلا من المصـــانع ، نجد بنـــوك البيانات واجهزة الكمبيوتر هى اليوم اهم اركان العصر الجديد ، وبدلا من الســـكك الحديدية والبواخر نجد الأقمـار الصناعية هى وسائل المواصلات الحديثة ووسائل جمع البيانات والمعلومات وتوزيعها ايضـــا وهو ما يعزز علاقات التبعية ويشـــكل صـــفوة ترسل وكثرة تتلقى دولا تزداد غنى وتقدما ، واخرى تزداد فقرا وتخلفا(٢) .

ومع أن البلدان المتخلفة ، كانت وما زالت تخضـــع واقعيـــا لســـيطرة اعلامية من جانب البلدان المتقدمة فان حجم تدفق المواد الاعلاميـــة من جانب هذه البلدان الى الدول المتخلفة وفقـــا لتقارير اليونسكون هو نسبة ١٠٠ الى ١ اى ما يوازى مائة ســـاعة ارسـال من الغرب الرأسمالى تقابله ساعة واحدة من العالم النامى اليـــه ، الا ان التطور الجديد فى مجال البث المبـــاشر يحمل معـــه مخاطر اتســـاع نطاق هذه الســـيطرة الفكرية ، وفقدان القـــدرة على مقاومتها أو التحكم المحلى فيمـــا هو وافد ، مثلمـــا كان متاحا أو ممكنا على الاقل من قبل ، اذ سيجد الانســـان العربى نفسه مثلا أمام مضـــامين وافدة

---

(١) مجلس الشـــورى تقرير لجنـــة الخدمات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للانســـان المصرى ، دور الانعقاد العادى السادس ، ديســـمبر ١٩٨٥ ص ٢٤ .

(٢) حمدى قنديل ، الأبعـــاد الدولية لاستخدامات الاقمار الصناعية ، منتدى الفكر العربى ، عمان ، ١٩٨٦ ص ٩٢ .

تحمل قيمــا وأفكارا مختلفة بلا رقيب يعطيه ما يشــاء ويحذف عنه ما يشــاء الا نفســه وضميره وقيمــه ومبادئه ، ولن يكون لديه اختيار أو رغبة فى منع تسلل هذه المضــامين الى بيته ، واذا كانت هذه المضــامين تصل حاليــا بطرق أخرى من خلال الاذاعات الاجنبية الموجهة ، والصحف الاجنبيــة دون مخاطر تذكر . الا ان الامر جد مختلف فى حالة البث التليفزيونى المبــاشر ، اذ ان اللغــة فى الحالة الاولى كانت عامل حاســم فى الحــد من انتشــار تأثير هذه المضــامين فى حين ان هذا العامل يعد اقل فاعلية فى الحالة الثانية ، حيث تعد الصــورة هنــا اكثر تعبيرا من اللغة من حيث التأثير .

لقد طرات بالفعل تغيرات حقيقــة وملموســة فى جوانب هامة للثقافة المحلية منذ ظهور وانتشــار السينما والتليفزيون والفيديو ومن امثلة ذلك ، ما طرأ على الفنون الشعبية وخاصة فى القرى وفى الطرز المعمارية المنتشرة فى المدن والقرى حديثا التى لا تلائم البيئــة العربيــة ولا الروح العربيــة ، وفى الاغانى والموســيقى الحديثة وفى طرق ومظاهر السلوك اليومى للمواطنين ، المباشر ، الذى ستتجاوز تأثيراته حدود ذاته،لانه يصبح مع الوقت والاستمرارية والالحاح واعتيــار الجمهور والمهارة الفنيــة نموذجا اصليا سرعان ما يستلهمه الجمهور المحلى(١) .

والمشــكل هنــا ان الثقافة المحلية فى وضــع لا يتيح لها التعــامل مع الثقافة الغربية الوافدة ، سواء فى نواتجها الرخيصة والمبتذلة وشديدة الاغراء التى تعكس مثالب الحضارة الغربية أو نواتجها الرفيعة شديدة الاتقان التى تعكس مظاهر تقدم هذه الحضارة ، فنواتج الحالة الاولى غير ملائمة ، وشيوعها محليا يهدد مسيرة التنمية ، وفى الحالة الثانية تعجز امكانيات الثقــافة المحلية عن التعامل مع هذه النواتج ، والنتيجة الحتمية هى اعاقة مسيرة النمو الذاتى للثقافة المحلية ، وصــعوبة الاعتمــاد على الذات فى الميدان الثقافى وتفشى حالة الاغتراب بصــفة عامة لدى الافراد فى المجتمعات المتخلفة .

كان ما تقدم هو مجمل وجهــات نظر الاتجاه الذى يتحدث عن مخــاطر البث المبــاشر ، وواضــح من سياق العرض أن هذا الاتجاه يجمع فى بوتقه واحدة انصار مدرستى الانتشار والتبعية ، ورغم تباين منطلقات كلا المدرستين الا انهمــا معا يتجاهلان مناقشة الواقع الموضوعى المحلى وآليــات التعرض المحلى للمضــامين الوافدة أو المنتشرة ، فليس ثمة اهتمــام مثلا لدى انصار

---

(١) فريدة النقاش ، حول اشكال التبعية الثقافية والاعلامية ، الحلقة الدراســية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع ســابق ص ١١ .

المدرستين لفهم السلوك الاتصـــالى للافراد فى المجتمع المحلى او طرق تعاملهم واستخدامهم لأجهزة الاتصـــال بعامة ، كمـــا لا يلق بالا للقدرات المتاحة لدى الافراد فى المجتمع المحلى للتعامل مع المضـــامين الوافدة او للعمليات الانتقائية التى يقومون بهـــا ، والتى تفترض ان الأفراد لا شـــعوريا وفى اطـــار واقعهم الثقافى والاجتمـــاعى الخاص يميلون الى تجنب او تجاهل او تحريف او نسيان مضامين معينة من اجهزة الاعلام وفضـــلا عن ذلك يتجاهل انصـــار هـــذا الاتجـــاه ، الحديث عن موقف أجهزة الاتصـــال المحلى ازاء البث المبـــاشر ، واكتفوا فى ذلك بالحديث عن ضعف هذه الاجهزة وتبعيتها .... الخ .

وايا كان الأمر ، فان ما يهمنـــا هنا هو مناقشـــة المسلمات التى ينطلق منها انصـــار هذا الاتجاه فى تاكيد مخاوفهم من البث المبـــاشر ، واول هـــذه المسلمات ، هو التفوق الثقافى الغربى الذى يخشى منه على الثقافة المحلية ، وهذا امر يصعب التســـليم به فاذا كانت المجتمعات الغربية قد حققت تفوقا هائلا فى مجالات الاقتصـــاد والتكنولوجيا ، الا ان تفوقها فى المجـــال الثقافى والاجتماعى محل شك ، حيث تعايش هـــذه المجتمعات مشـــكلات اجتماعيـــة وثقافية بالغـــة الخطورة ، ليس اقلها ما تعانيه من حالات اغتراب وانحلال اخلاقى وتفســـخ أسرى ... الخ . ومن هذا المنظور الاجتماعى ، يمكن القول ان العديد من مجتمعات العالم الثالث ومنها المجتمع العربى يتفوق حضـــاريا على الغرب ، فالمراة المصرية مثلا ، تستطيع ان تسير فى شوارع القـــاهرة بعد الســـاعة الثانيـــة عشر ليلا وهى آمنة فى حين ان المراة الغربية لا تستطيع أن تفعل ذلك فى شوارع نيويورك او اية عاصمة اوربية أخرى ، كمـــا أن بنية المجتمع العربى رغم ما اصابها من تشـــويه ، الا أنهـــا فى جوهرها ما زالت متماســـكة وقوية وقادرة على العطاء والتحدى وتنعكس هذه الصلابة فى وقت الازمات والشدائد(*) .

وثانى هذه المســـلمات ، هو أن التليفزيون اشـــد خطرا واكثر تأثيرا من اســـاليب الاتصـــال الاخرى ، وهى مسلمة مشكوك ايضـــا فى سلامتها ، فضلا عن عموميتها ، ذلك ان التليفزيون لا يتحدد تأثيره بقدرته فقط على تقديم الصوت والصـــورة ، ولكن بعنـــاصر ومتغيرات عـــديدة ليس اقلهـــا النظرة الثقافية للجمهور الى التليفزيون والظروف المحيطة بانتاج وتلقى المضـــمون ، والثقافة الشـــعبية الســـائدة التى فى اطارها تفهم المعانى ودلالات المشـــهد التليفزيونى ... الخ .

(*) تأمل مثلا حالة الشعب المصرى فى حرب أكتوبر ١٩٧٣ ، والبطولات التى قدمها وما يزال الشعب اللبنانى والفلسطينى والعراقى ... الخ .

وترتبط ثالث المسلمات التي ينطلق منها انصار التخويف من البث المباشر ، بالمسلمة السابقة ، حيث يأخذ أنصار هذا الاتجاه بنموذج (المثير — الاستجابة) والتأثير المباشر والفورى للمضامين الاعلامية ، فعندما يكون هناك رسالة اعلامية يكون التأثير ، وهى التصورات التى كانت سائدة منذ ثلاثينيات واربعينيات هذا القرن ، وتجاوزتها بمراحل البحوث والنماذج النظرية الراهنة(١) .

الاتجاه الثانى : ويشير الى هؤلاء الذين عبروا عن ترحيبهم بالبث المباشر . ويمكن بلورة موقف هذا الاتجاه على النحو التالى :

ان الاهتمام بالتراث الانسانى ضرورة ، وأن المجتمع ينبغى أن يتجه الى اثراء ثقافته بالاطلاع على النماذج الفريدة والانتاج الفكرى الانسانى فالعلم لا وطن له ، وأن الحضارات المختلفة نقلت عن بعضها البعض سواء عن طريق الغزو فى اكثر الأحيان او عن طريق اقتباس أفكار وتقنيات نافعة . واذا كانت الثقافة العربية تأخذ اليوم من الثقافة الغربية ، فان الثقافة الاخيرة ذاتها لم تتحرج يوما فيما مضى من استخلاص دعامتها الاساسية من الحضارة العربية بعبارة اخرى ، فان العلاقة بين المنطقة العربية بالذات وبين الغرب ، اعقد من أن تكون مجرد ازدواج حضارى ، وانما هى علاقة تداخل وتشابك وثيق لا خوف منه أو تهرب من ملاقاته(٢) .

فالتلاقى والاختلاط الثقافى فى صالح ثقافتنا وليس ضدها ذلك أن الثقافات الغربية ، تتميز حاليا بجانبها العقلى من حيث أن هذا الجانب قد ازدهر فى ميادين العلم والتكنولوجيا وقدم لاصحاب هذه الثقافات منجزات سهلت عليهم الكثير من أمور حياتهم ، ولكن هذه الثقافة لم تقدم لأصحابها المعايير المستمدة من القيم الدينية والتى تحول بينهم وبين استثمار هذه المنجزات فى الاضرار بغيرهم ، ويعنى انخراطنا من خلال البث المباشر أو خلافه على هذه الثقافة تدعيم هذا الجانب الذى يضعف فى ثقافتنا العربية ونحتاجه بشدة فى مرحلة النهوض وهو التربية العقلية وتدعيم مركز العقل ، فاذا تحقق لنا ذلك ، فضلا عن ما تتميز به ثقافتنا الأصلية من جوانب روحية واخلاقية فان عناصر القوة والتقدم قد تعاد الى هذه البلاد(٣) .

---

(١) راجع الفصل الرابع الجزء الخاص بتطور بحوث التأثير من هذا العمل .

(٢) فؤاد زكريا ، آراء نقدية فى مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ ص ٢٨ — ٢٩ .

(٣) محمد أحمد خلف الله ، الدين كركيزة للثقافة العربية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ٢٠ .

لقد اتجهت أمم كثيرة للانفتاح على الغرب ، وحافظت مع ذلك على ثقافتها ، واليابان والصين والهند وغيرها امثلة على هذا ، فاليابان رغم انفتاحها الشديد على الغرب بعد هزيمتها فى الحرب العالمية الثانية ، الا ان المجتمع اليابانى لا يزال له خصوصياته الثقافية التى تميزه عن المجتمعات الغربية وتمكن هذا المجتمع بفضل قدرته المتميزة على المزاوجة بين الأصالة والمعاصرة من تحقيق تقدما هائلا ادهش الغرب المنتصر ذاته واجبره على احترام ارادته(١) .

ويرى انصار هذا الموقف انه لا مبرر للمخاوف القائلة بأن الغرب بفضل سيطرته على تقنيات الاتصال الحديثة سيقوم بتصدير اسوأ ما عنده خلال البث المباشر . وليس العقلانية والرشادة العلمية التى اقاموا عليهما تقدمهم ونحتاج لهما بلادنا ، وحجتهم فى ذلك لا تخلو من وجاهة فبافتراض أن ما سيصدره الغرب خلال الافلام والمسلسلات التليفزيونية هو شرب الخمر ومعانقة الرجال للنساء ، والعرى والمجون والانحلال والفساد والعنف بكل صوره واشكاله وغيرها ، فان من شأن ذلك ان يدفع نحو مزيدا من التطرف والغلو الدينى ، ومزيدا لمعاداة الغرب ، ونموا للحركة الاسلامية المناهضة لكل ما هو غربى ، وهو ما لا يريده الغرب او يسعى اليه ، وبالتالى ، فأن المتوقع والاقرب الى التصور ، هو أن ينصرف الغرب من منظور التفوق والمصلحة ، فيسعى الى كسب رضاء الشعوب الاخرى من اجل ايجاد منافذ لتوزيع بضاعته وسلعه .

على ان باعثا آخر للترحيب بالبث المباشر ، يكمن فى التأثير على الطريقة التى كانت وما تزال ، تستخدم بها الصفوة السياسية اجهزة الاتصال المحلية ، فهذه الاجهزة ، اصبح لا هم لها سوى الدفاع عن مصالح هذه الصفوة وفى اطار ذلك يتم اخفاء أو تحريف أو تشويه المعلومات والاحداث ، واول تأثير للبث المباشر هو فك احتكار السلطة للمعلومات ، وانعدام فاعلية اخفاء او تمويه أو تستطيع المواد الاخبارية المقدمة الى الجماهير من اجهزة الاعلام المحلية أو محاولة هذه الأجهزة تبرير تصرفات معينة واضفاء هالة من التعظيم والتفخيم والتأليه على الشخصيات الحاكمة ، وهذا فى صالح الجماهير ، وفى صالح بلورة رأى عام واعى ناضج ، يستطيع التغيير والعمل فى اتجاهه .

---

(١) للمزيد من التفاصيل حول التجربة اليابانية فى الحفاظ على تراثها انظر :

ادوين رايشاور : اليابانيون ، ترجمة ليلى الجبالى ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٩ .

كمـا قد يؤدى البث المباشر ، الى تنشيط قنوات الاتصال والثقـافة المحلية ، للقيـام بمهامها بصـورة أفضل ، والرد على ما قد يحدث من آثار سلبية او مضامين مضللة وافدة ، وفرصتها فى ذلك افضل بفعل متغيرات اللغة المحلية والتقـارب الثقافى ... الخ . وهذا كله من شأنه أن يساعد على التدعيم الثقافى وتقوية البيئـة الثقافية اكثر من تهديدها كمـا يفترض أنصار التخويف والغزو الثقافى .

ومع وجاهة هذه التحليلات ، وروح التفاؤل التى نلمسها بصـفة عامة لدى انصـار هذا الاتجاه فى تناولهم لقضية البث المباشر ، الا أن ثمة تحفظ على بعض المسلمات والافكـار التى يسوقها هذا الاتجاه ، وأول هذه الأفكار هو القول بأن العلم لا وطن له ، ومن ثم يمكن الاستفادة من منجزات وروائع الحضـارة الغربية فى مجالات العلوم والفنـون والآداب ... الخ . لانها أصبحت ملكـا للبشرية جمعـاء ، والواقع ان العلوم وبالذات الانسـانية منها والفنون والآداب لها اوطانها ، وانها نتاج لمصـالح واهتمامات وايديولوجيات هـذه الأوطان ، وأن دور ووظيفة هذه العلوم والفنون تختلف فى المجتمعات البشرية وفقـا لاختلاف الظروف الحضارية لكل مجتمع . وفى ذلك يذكر «عادل حسين » أن الزعم بعالمية العلوم الغربية لا يستند الى مشروعية معرفية او تاريخية ، واذا كنـا نعترف بأن الغرب انشأ مدارس ممتازة بمعايير بيئتها وظروفهـا ، الا أننا هنـا نواجه اسـئلة غير اسئلة الغرب وظروفا غير ظروف الغرب ، وفضلا عن ذلك ، فان العلوم الغربية لا تعبر عن مضمون معرفى مختلف وحسب، ولكنها علوما غير محايدة ومعادية لنا ايضا(١) .

كمـا ان القول بأن الحضـارات المختلفة قد اخذت من بعضها البعض ، وان الغرب ذاته قد اخذ من الحضارة العربية من قبل ... الخ . قول لا ينطبق على حالتنـا الراهنة ، ذلك أن اقتباس الحضارات من بعضها البعض كانت تحكمه ارادة المقتبس . فقد اطلع العرب على الحضارة اليونانية واخذوا منها ما شاءوا وتركوا ما شاءوا ، كذلك فعل الأوربيون مع الحضارة العربيـة . وحتى بعثات محمد على الى أوربا كانت موجه وارادية ، وعندما جاء الاحتلال الانجليزى ظل محصورا ومقاوما وينظر اليه على انه كذلك ، هـذه الارادة اصبحت مفتقدة فى حالتنـا الراهنـة فليس أمامنـا جياد وانما فرض وهيمنة ومحاولة املاء رؤى وتوجهات بعينها فى ظل أوضـاع سياسية واقتصـادية واجتمـاعية بالغـة السـوء ولا تشـجع على المقـاومة والتحدى وهـو

---

(١) عادل حسين ، النظريات الاجتماعية الغربية قاصرة ومعادية ، فى اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢٥٨ .

ما يتجاهله أنصــار هذا الاتجاه صحيح أن الثقافة المحليــة كانت وما زالت صلبة وقوية ، كمــا يرى أنصــار هذا الاتجاه ، ولكنها تعانى حاليــا وضــع الازمة بفضــل مايحيط بها من متغيرات مجتمعيــة ، يجعلها عاجزة عن الأداء ويضعها فى موقف الاستسلام . وهــذا هو مكمن الخطــورة فى قضية البث المبــاشر .

واذا كان بعض انصار هذا الاتجاه يعبرون عن اغتباطهم من تأثير البث المباشر على الطريقة التى توظف بها السلطة السياسية أجهزة الاعلام ، وفقدان اهمية سيطرة الصفوة الحاكمة على هذه الأجهزة ، فضــلا عن اجبار أجهزة الاعلام على تعديل ادائها الممل الراهن ، الا أن القضية تحتمل الوجه الآخر أيضــا مما يقلب هذه الســعادة الى أسف بالغ ، ذلك أن حاجة السلطة الى اجهزة الاعلام المحلية مع البث المباشر ، سوف تتزايد أكثر من ذى قبل ، لرغبتها فى استخدام هذه الأجهزة كســلاح للتبرير والدفاع والمساندة ازاء ما قد يفد عبر البث المبــاشر من مضــامين ومعلومات معادية للسلطة الحاكمة الأمر الذى يحمل معه المزيد من السيطرة والتوجيه التى تفرضها السلطة عن أجهزة الاعلام المحلية وليس العكس كما يفترض أنصار هذا الاتجاه .

الاتجاه الثالث : يأخذ انصــار هذا الاتجــاه ، وعلى نقيض الاتجاهين السابقين موقف التهوين من قضية البث المباشر ، ولا يجدون من هــذا البث جديداً يستأهل كل هذا النقاش والمخاوف والترحيب ومنطقهم فى ذلك يتحدد فيمــا يلى :

ان الإقمــار الصناعية للاتصالات لا يمكن أن تقــوم بالمعجزات فهى فى حقيقة الأمر مجرد محطات للاستقبال والبث معلقــة فى الفضــاء ، أى أنهــا محطات للتقوية تنقل البث الى مستوى أبعد مما يمكن للشــبكات الارضــية أن تنقله ، وان تجارب الماضى وكذا المشاهدات الواقعية والاحتمالات المستقبلية جميعها تشــير الى أن الاستخدام التليفزيونى لأقمــار الاتصــالات يقتصر فى الاغلب على نقل الاخبار والاحداث الرياضية ، وان هذين اللونين من البرامج يصلا بالفعل حاليــا عن طريق الراديو . وأن اهتمام البث المبــاشر بالبرامج الاخرى وبالذات التربوية أو الثقافية يتطلب طاقة انتاجية هائلة ووقت طويل وميزانيات كبيرة ، وهذا ابعد ما يكون عن عقلية وتفكير الدول الكبرى لسبب بسيط هو أن هذه الدول تحكم اســاسا حصارها الســياسى والاقتصادى بل والثقافى أيضــا على الدول الاخرى ، وان المزيد من هذا الحصار من خلال البث المباشر ، على ما يتطلبه من نفقات هائلة ، سيعد تحصيل حاصل .

ان هذه المخاوف التى تثار حاليــا حول البث المباشر ، اثيرت من قبل منذ

ظهور الراديو والتليفزيون ثم الفيديو وتصـــور الكثيرون مع بدء الارســـال التليفزيونى انه مارد جبار وان فيه نهاية العالم ، واتضـــح عكس ذلك ثم تكرر نفس الموقف مع دخول الفيديو(١) وبافتراض ان التليفزيون المباشر سوف يقدم مضامين هابطة وخارجة ولا تتلاءم مع تقاليدنا وثقافتنا ، فان التليفزيون المحلى يقدم بالفعل مثل هذه المضـــامين ، منذ السبعينيات من هـــذا القرن(٢) ورغم ذلك ومع تواجد روافد اخرى عديدة للثقافة الخارجية كالبعثات الخارجية . والافلام الاجنبية والمسلســـلات والبرامج الاذاعيـــة والتليفزيونيـــة والكتب والموسيقى والاغانى الاجنبية ، فقد عجزت هذه الروافد حتى الآن على التأثير بفاعلية على الثقافة العربية المحلية او النيـــل منها وتمس هويتهـــا ، والبث المباشر لن يكون اقوى فاعلية من كل هذه الروافد .

واذا كان ثمة بعض المؤثرات للثقافة الغربيـــة قد بدأت بالفعل تظهر فى الواقع الثقافى المحلى بفعل هذه الروافد الاجنبية ، الا أن الرد على ذلك يتحدد فى أن هنـــاك بعض العناصر الثقافية تقبل التغيير والتبديل بسرعة والبعض الآخر غير قابل لذلك ، وهذه نقطة مهمة ذلك لأن حصـــاد الاختلاط بالثقـــافة الغربية وحصـــاد عهود طويلة من التبعية والنقل من هذه الثقافة ، فان بعض جوانب السلوك والقيم الثقافية هى التى تتغير فى حين ظل الجانب الاكبر من أنمـــاط الحياة ، كمـــا هو وكمـــا كان يعايشـــــها قدماء المصريون(٣) ، وقد اقتصرت هذه المظاهر التى شهدت بعض التغيير على الجوانب الخاصة بالزى واللباس وبالطعام وبعض الانشـــطة الفنية وضروب السلوك المختلفة ، وحتى تلك المظاهر ، محل نقد ومراجعة ورفض حاليـــا من جانب تيار كبير من الافراد فى المجتمع (الجمـــاعات الاسلامية) ومطالب هذه الجماعة فى مجال النقاب وارتداء الجلباب ، وعدم الالتزام بما يفرضه القانون وجوب اثبات الزواج فى محرر رســـمى والهجرة من المجتمع الذى اصابه الكفر . . . الخ . وبخلاف ذلك بقيت عادات وتقاليـــد وعقائد دينيـــة هى هى دون تغيير وبالذات تلك العناصر الدينية التى ورد فيها حكم أو نص قطعى من كتـــاب اللـــه وســـنة رســـوله ﷺ .

ومع كل ، فان المضـــامين الوافدة سعيا منهـــا لنيل المصداقية والتأثير لدى الافراد المحليين ستجد نفســـها مضطرة لمراعاة الواقع الثقافى الســـائد ،

---

(١) جيهان رشتى ، حديث منشـــور بجريدة الوفد .

(٢) على فهمى ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراســـية لبحوث الاعـــلام ، مرجع سابق ص ٢٢ .

(٣) سيد عويس ، حول موضوع تأكيد الذاتية الثقافية ، مرجع ســـابق ص ١٤ .

فهي ستعتمد علي هـذا الاطار من اجل تحقيق القبول لما تبثـه من مضـامين يراد زرعها في البيئة ، ويؤكد ذلك ، اهتمـام الإذاعات الاجنبية الموجهة مثل مونت كارلو ، وهيئـة الاذاعة البريطانية ، والاذاعة الاسرائيلية وغـيرها بالجوانب الدينيـة والاحتفـال بالمناسبات الدينية الخاصـة كالعيدين ورؤية الاهلة ومطلع الشهور الهجرية واستخدام المأثورات والأغانى الشعبية المحلية فى برامجها ، وذلك كله بغية جذب المستمع والتأثير عليه وكسب مصـداقيته ادراكا منها بأن ادنى شك من جانب المتلقى تجاه هـذه الاذاعات او انتماءاتها واغراضـها سوف يجعل منهـا عديمـة الفـائدة ايا كانت درجة جـودة مضـمونها .

وباختصـار تبدو العملية لدى انصار هذا الاتجاه على النحو التالى :

ما من مادة اعلامية تتجه لمخاطبة العقل الوجدانى الانسـانى الا وتحمل رسالتها ايديولوجيتها الضمنية معلنة أو خفيـة ، وهى الايديولوجية التى تعبر فى خاتمة المطاف عن مصالح هذه الايديولوجية التى تعكس ورائهـا مصـالح معينـة تتجه لمخاطبة جمـاعات اخرى ومصـالح قد تتفق أو تختلف معهـا وفى حالة الاتفـاق فليس ثمة مشـكلة ، اما فى حالة الاختلاف فالاحتمال الاقرب الى التصـور هو الا تقف هذه الجماعة المتلقية موقف اللا مبالاة والاستسلام وانمـا تنهض تلقـائيا للدفاع عن مصالحها بوسـائل مختلفة سواء بالرفض والاستنكار لمـا هو معروض ومحاربته والرد عليه أو بالتعامل معه بلا مبالاة والفرجة عليه مما ينفى اية مخـاوف من تأثيرات محتملة لقنوات البث المبـاشر على الثقافة المحلية .

وواضـح من السياق درجة التهوين المفرط لدى انصار هذا الاتجـاه من تأثيرات الاتصـال ، وتجاهل اثر السيطرة على عملياته من جانب نخبـة معينة « دولا أو جمـاعات » واستخدامه فى تزييف وعى الآخرين(١) وبالذات اذا كان هؤلاء يعانون من مشكلات الفقر والجهل ، وتدنى الحس النقدى ، مثلمـا هو الحال لدى الغالبيـة العظمى من سـكان البلدان العربيـة . فضـلا عن تجاهل التأثيرات التراكمية والممتدة وغير المباشرة لعمليـات اجهزة الاعـلام على رؤى ومعارف وتصورات الافراد فى المجتمع المحلى واذا كانت مخاطر اقمار البث الأوربى ، يمكن التهوين من مخاطرها على حد تصور انصار هذا الاتجاه ، الا انه يصعب من المنظور الاستراتيجى للبلدان العربية التهوين من اثر القمر الاسرائيلى وبثه التليفزيونى المرتقب .

---

(١) لمزيد من التفاصـيل انظر :

عبد الباسط عبد المعطى ، الاعلام وتزييف الوعى ، القاهرة ، دار الثقافة الجـديدة ، ١٩٧٩ .

وأيا كانت الاتجاهات والمواقف حول قضـية البث المباشر فالثابت ، اننا ازاء تحدى حضـارى جديداً بالغ الخطورة علينـا الاستعداد له ومواجهته بكل همة وعزيمـة واصرار ، والا فان العواقب وخيمة فى عالم متغير لا يعرف سوى لغـة القوة .

ان القضـية لا تكمن فى خطورة او عدم خطورة البث المباشر او هل هذا البث يفيدنا ام يضرنا ، اوهل نرحب بالثقـافة الغربية ام نرفضـها ؟ وانمـا القضية تكمن فى مدى قدرتنـا على التعامل وشروط هذا التعامل مع الآخرين ، ذلك ان سيادة روح الانهزامية الراهنة والتعامل بلا مبالاة مع التطورات الجديدة فى مجـال الاتصـال ، يحمل معه مخاطر ضـياع الهوية وفقدان القـدرة على الابداع الذاتى ، والمبـادرة وبالتالى الاستسلام للآخرين .

لقد اصبح من المستحيل فى ظل التطـورات الجديدة فى مجـال الاتصال الدعوة للانعزال عن العالم الخارجى ، فهذا اصبح امرا بالغ الصعوبة شئنا ام ابينـا ، ولكن ما ندعو اليه حاليـا هو الحاجة الى تدعيم قدرتنـا على التعـامل مع الآخرين ووضع قواعد للعلاقات معهم كى نمنع تحول التعامل الى سـيطرة من جانب طرف على آخر ، واول ما يتطلبه ذلك ، هو تحرير الارادة السياسية والاقتصادية اولا ، فهمـا بدا لنا ان المشكلة ثقافية ، فان التصدى لهـا — فى راى — يبدأ على المستوى السياسى والاقتصادى ، ففى ظل مناخ سياسى واقتصـادى يتمتع فيه ا لاجنبى بامتيازات لا يتمتع بها ابنـاء البلد ، ويمجد فيه كل ما هو اجنبى ، لا بد أن يرسخ فى الشعور العام احترام مبالغ لكل منجزات الاجنبى المـادية والفكرية(١) . وفى ظل مثل هذا المنـاخ يسهل على الأجنبى أن يبيع بضـاعته المادية والفكرية على إنها انتاج انسـانى عام او ثمرة التقدم التكنولوجى المـادى الذى لا ينتسب لحضـارة دون أخرى او لثقافة بعينها دون غيرها ومن ثم يسهل اخفاء تحيزات الاجنبى الخاصة وميوله ونزعاته التى تطبع انتاجه المـادى والفكرى على السواء ، ويقبل العربى على المضـامين الاجنبية دون مسـاءلة كمـا يقبل المستهلك العـادى على البضـائع المستوردة دون أن يتسـاءل عن جدواها ، ولن يصلح فى مثل هذا المنـاخ الحجج التى يثيرها انصـار التهوين من البث المباشر وبالذات تلك المتعلقة بقوة الثقافة المحلية وقدرتهـا على الفرز والتطويع ... الخ فهذا ابعد ما يكون فى منـاخ سياسى واقتصـادى تابع وتعوزه الارادة او الثقة بالنفس ولنضرب مثلا بسـيطا : لنفرض او هذا هو المتوقع ان تلجأ الدول المتقـدمة

---

(١) جلال امين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتمـاعية فى العالم الثالث ، فى اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، مرجع سـابق ، ص ٢٤١ .

الى استغلال البث المباشر فى تكثيف الاعلانات التجارية الموجهة الى البلدان الاخرى بهدف التوسع التجارى وترويج سلعها ومنتجاتها لدى شعوب هذه البلدان ، وزيادة المستورد منها ، ولكن ما جدوى هذه الاعلانات اذا كان ثمة سياسية اقتصادية صارمة تمنع استيراد هذه المنتجات ، أو فرض رسوما جمركية فادحة عليها وتشجع المنتج المحلى ، فى مثل هذه الحالة تصبح الاعلانات عديمة الفائدة بمنظور العائد الاقتصادى . وبمنطق العقلانية والرشادة ، والمكسب والخسارة الذى يحكم تصرفات الغرب عموما ستتوقف نشر هذه الاعلانات عبر موجات البث المباشر .

وهكذا ، لا يمكننا الدخول فى تحدى حضارى أو ثقافى من نوع البث المباشر الا اذا اقترن بجهد مماثل من جانبنا على المستوى السياسى والاقتصادى ، والجهد على هذا المستوى له ركائز ومتطلبات واولها ، الديمقراطية الحقيقية وبأوسع معانيها ، وقيادة سياسية واعية ومقاتلة ، وتوزيع عادل للثروة والاعباء على الافراد فى المجتمع ، ومشروع حضارى متكامل وغير متحيز ويحظى بالقبول والتأييد الشعبى هذا على المستوى السياسى الاقتصادى .

وعلى المستوى الاعلامى ، تبدو اكثر اخطار البث المباشر واضحة على طريقة اداء اجهزة الاعلام المحلى ، وقد اوضح البعض أن على هذه الأجهزة أن تطور من مضامينها وطريقة ادائها ، وتعمل بكافة السبل لجذب انتباه المتلقى وشدة الى برامجها بعيدا عن البث الخارجى(١) . ونعتقد ان هذا هو التوجه السائد حاليا لدى المسئولين والعاملين فى المجال الاعلامى ، والاستعداد يجرى على قدم وساق فى هذا الاتجاه كوسيلة لمقاومة البث المباشر ، وهو توجه نراه بالغ الخطورة ، ويضر بمسيرة التنمية المستقلة ، فضلا عن عدم جدواه ، بالنظر الى الصورة الذهنية الراسخة لدى الجمهور عن اجهزة الاعلام الرسمية ، وضعف الامكانيات المادية والفنية لهذه الأجهزة .

وتتحدد خطورة هذا التوجه ، فى ان النزول الى مستوى الجمهور والعمل على جذب انتباهه بكافة السبل بعيدا عن البث المباشر ، يفرض على اجهزة الاعلام ، العمل على تحضير المتلقى ذهنيا وعاطفيا من خلال استعمال المقدمات والافتتاحيات والالحان المثيرة كنوع من الجذب واستخدام المنبهات التى تعمل على شد انتباه الافراد كالعناوين الصحفية المثيرة والوان الطباعة والتصميمات والرسوم المصاحبة والبرامج الشعبية والافلام الخيالية ... الخ . باختصار

---

(١) راجع على سبيل المثال ، توصيات المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الكتاب رقم ١٨١ ، الدورة السادسة ، يونيو ، ١٩٨٥ ص ٢٠٢ .

ستتجه هذه الاجهزة الى تقديم كل ما يجد هــوى لدى الجمهور ، وهــذا يعنى التخلى عن الجدية والموضوعية التى ندعوا لها فى الممارسة الاعلامية واتجاه الممارسة الاعلامية نحــو المزيد من الاثارة والالــوان الصــارخة والمؤثرات الموسيقية والمضــامين الترفيهية والرخيصة ، وانخراط اجهزة الاعلام المحلية ، فى ممارسة من هذا النوع ، يعنى خروجها عن دورها الريادى والمتوقع فى الاخذ بيــد الجمهور من حالة الركود والانحدار والاستسلام الى حالة العمل والانجاز والطموح وعجزها عن المساعدة فى دعم المشروع الحضارى المشــار اليــه آنفــا .

والمدخل للخروج من هــذا المأزق ، كما هو الحال على المستوى السياسى الاقتصــادى ،له ركائز ومتطلبات ايضــا اهمها :

١ — العمل الجماعى العربى فى المجال الاعلامى ، فأى دولة عربية ، مهما كانت قدراتها الذاتية لن تستطيع بمفردها مواجهة آثار البث المبــاشر ، ويتطلب هذا العمل الجماعى المشترك ازالة كافة القيــود والعقبات التى اعاقت حتى الآن تحقيق الاستفادة الكاملة من القمر الصناعى العربى (عربستات)(١). والعمل على تطوير هذا القمر تكنولوجيا ، ليتوافق مع نوعيــة البث المبــاشر الصالح للاستقبال بهوائى صــغير قطره من ٦٠ ســم الى ٩٠ سم ، ومن شأن ذلك ، شغل حيز القنوات الفضائية الذى تحدده الاتفاقيــات الدوليــة للمنطقة العربية ، وعدم تركها للاقمــار الاجنبية وبالتالى القدرة على مواجهــة آثار البث المبــاشر الاجنبى ، ودعم الانتــاج الذاتى للمــوارد الاعلاميــة اى الانتــاج الذى تتولاه هيئــات ومؤســسات قوميــة ومحلية وتنشــيط عمليــة تبادل وتســويق الانتاج الاعلامى بين المجتمعات العربية مما يوفر التمويل الكافى لتطوير وانتاج برامج راقيــة تستطيع الدخول فى منافسة مع البرامج الوافدة

٢ — العمل على كسب ثقة الجمهور بأجهزة الاعلام المحلى ويتاتى ذلك ، من خلال البعد عن الذاتية المفرطة فى معالجة المضــامين الاعلامية ، والاتجاه نحو العرض والتحليل الموضوعى للمشــكلات بمايســاير واقعة المعــاش ، ويتفق مع احتياجاته والكف فورا عن أخبار المجاملات والبروتوكولات وتضخيم وتأليه البعض بلا مبرر او محاولة اخفاء الحقائق وتزييف الوعى بها ، حيث لم يعد هنــاك مجال لمثل هذه الممارسة فى الوقت الراهن .

٣ — العمل على تحقيق المشاركة والتكــامل بين قنــوات الاتصــال الجماهيرى الرســمية وبين قنوات الاتصال الشخصى فى المنــاطق المختلفة .

---

(١) للوقوف على العوامل التى اعاقت الاستفادة الكاملة من هذا القمر ، راجع مناقشات الندوة التالية : القمر الصناعى العربى بين مشكلات الارض وامكانيات الفضــاء ، منتدى الفكر العربى ، عمــان ، مارس ١٩٨٦ .

ومن شأن ذلك سد الفجوة الحالية بين هذه القنوات ، والتى يمكن أن تنفذ منهـا المضـامين الوافدة ، وقد يبدو أن تحقيق مثل هذا التكامل عملية صعبة، ولكنهـا ممكنة ، من خلال توفير منـاخ الحرية ، وحق الاتصال ، والتفاف الأفراد حول هدف قومى يسعون الى تحقيقه ... الخ . وسوف نسعى خلال العمل الميدانى القـادم الى تلمس امكانية تحقيق مثل هذا التكامل على ارض الواقع .

الفصل السادس

حـــول إجراءات العمل الميداني

الفصـــل الســـادس

حـــول اجراءات العمل الميدانى

نحاول فى هذا الفصل ، تحديد اهداف الدراســـة الميدانية وتســـاؤلاتها والاساليب المنهجية المستخدمة لانجازها بالاضـــافة الى تقديم وصف عـــام لمنطقة البحث محل الدراسة وهى احدى القرى المصرية ، وبيان دوافع اختيار هذه القرية وبعض الخصـــائص المميزة لها من حيث الموقع ، وعدد السكان والنشـــاط الغالب ومؤســـسات الخدمات المتوافرة بهذه المنطقة ... الخ .

١ — اهداف الدراســـة الميدانية :

(أ) وصف وتشخيص بنية الاتصال الراهنة بالقرية المصرية وتحـــديد مكونات هذه البنية والتغيرات التى طرات عليها والعوامل الفاعلة فى هذا المجال .

(ب) قيـــاس درجة اعتماد القرويين على انماط الاتصال المختلفة وقدرة كل نمط على تزويدهم بالمعارف والمعلومات المختلفة .

(جـ) الوقوف على مـــدى تغلغل ادوات الاتصـــال المختلفـــة بالقرية ، واسلوب تعامل القرويين مع هذه الادوات ورؤيتهم لها .

(د) الكشف عن فاعلية اســـاليب الاتصـــال المختلفة بالقرية ، وتحديد مراكز وادوار كل منها على ضوء التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التى عايشها الريف المصرى فى السنوات الاخيرة .

(هـ) الكشف عن مجالات التاثير التى احدثتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الجوانب المادية وغير المـــادية فى الثقافة الريفية .

(و) استشراف رؤية مستقبلية لواقع العمليـــة الاتصـــالية فى القرية المصرية ، على ضوء معطيات الواقع الراهن واحتمـــالات التغيير المســـتقبلية .

٢ — تســـاؤلات الدراســـة :

وتطرح هذه الاهداف مجموعة من التساؤلات يسعى العمل الميدانى الى توفير اجابات محددة عليهـــا ويمكن بلورة هذه التســـاؤلات فيمـــا يلى :

١ — ما هى المكونات الحالية لبنية الاتصال فى القرية المصرية ؟ وما مدى تاثر هذه البنيـــة بالتغيرات التى طرات مؤخرا على القرية المصرية ؟ ؟

وينبثق من هـــذا التســـاؤل الرئيسى مجمـــوعة التســـاؤلات الفرعيـــة التـــاليـــة :

(أ) ما هى اشــكال واساليب الاتصـــال المختلفة بالقرية المصرية ؟

(ب) ما هى ادوات الاتصـــال الاكثر رواجا وانتشارا بين القرويين ؟

(جـ) كيف يتعامل القرويون مع ادوات الاتصـــال المختلفة ؟

(د) ما هى رؤية القرويين لكل اداة ، وما دورها فى حياتهم ؟

٢ — ما مدى تأثير دخـول اجهزة الاتصـــال الحديثـة الى القرية على انمـــاط الاتصـــال التقليدية بهـــا ؟

٣ — ما حقيقة التأثيرات الثقافية التى احدثها اجهزة الاتصـــال الحديثة فى القرية المصرية ؟

٤ — ما تأثير ثقافة القرويين ذاتها على أجهزة الاتصال الحديثة ؟

٥ — الى اى حد يلبى نظام الاتصـــال الحالى بالقرية المصرية الاحتياجات الاعلامية للقرويين ؟ وما هى أوجه القوة أو جوانب القصور فى هـــذا النظام ؟

٦ — ما مدى امكانية قيام نظام للاتصـــال المحلى يعمل بالتكامل والتنسيق مع نظام الاتصـــال المركزى ، ويمكن من خلاله تلبية الاحتيـــاجات الحاليـــة والمستقبلية للقرية المصرية ؟

٣ — الرؤية النظرية ومستويات التحليل :

تنطلق الدراسة فى تحقيـــق اهدافهـــا والاجابة على ما يثيره البحث من تســـاؤلات من تصور يرى أن فهم وتحليل العلاقة بين تكنولوجيا الاتصـــال والثقافة فى القرية المصرية ينبغى أن يتم فى ضـــوء الابعاد التالية :

(أ) أن البنيـــة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للقرية المصرية قد شـهدت فى السنوات الأخيرة مجمـــوعة من المتغيرات التى تركت بصماتها الواضحة على بنيـــة الاتصـــال بالقرية المصرية . فعلى المستوى الاقتصـــادى ، تزايد ضغط السكان على عنصر الارض الى الحد الذى أصـــبح معه هـــذا العنصر غـــير قادر على تلبية الاحتياجات الأساسية للقرويين من الغذاء وبالتالى تزايد اعتمادهم على المدينـــة فى تلبية هذه الاحتياجات يضـــاف الى ذلك ، ضعف الاستثمارات الموجهة للعمل الزراعى والتى لم تتجاوز فى السنوات الأخيرة معدل (١٢٪) من اجمالى الاســـتثمارات القوميـــة(١) . واستمرار تعبئة الفائض الزراعى على قلته — لصـــالح ســـكان

---

(١) انظر فى ذلك :

مجلس الشورى ، السياسة الزراعية ، تقرير لجنـــة الانتاج والقوى العاملة ، دور الانعقاد العادى الثانى ، ١٩٨٢ .

المدينة ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى سياسة التسعير غير العادلة للحاصلات الزراعية ، وتعدد انواع الضرائب المفروضة على الفلاح ، وقد أفضى ذلك مع غيره من العوامل الى مجموعة من الظواهر والمشكلات التى اصبحت تشغل بال القرويين ومنها : قلة العائد من العمل الزراعى وضعف قيمة الارض الزراعية ، وتزايد الميل الى الاعتداء عليها بالتبوير او التجريف والبناء واختلال سوق العمل بالقرية ، وارتفاع اسعار العمالة الزراعية وتزايد الميل الى الهجرة او امتهان مهن اخرى غير العمل الزراعى .

وعلى مستوى البنية الاجتماعية ، تمثلت اهم التغيرات فى اساليب الحراك المشروعة وغير المشروعة لبعض الفئات الاجتماعية وهامشية بعض الشرائح الاجتماعية ، والتغير فى تركيب الأسرة الريفية وادوار المراة الريفية ، وعلى المستوى الثقافى ، نجد ان انساق القيم الاجتماعية على مستوى كثير من مكونات بنية القرية بدأت العمل المنتج والتعليم والتعاون والمزاملة ، والعمل الجماعى تعانى من الاضطراب والخلط والصراع والتى اثرت سلبا على العمل المنتج والتعلم والتعاون والمزاملة ، والعمل الجماعى والاستقرار بالأرض ... الخ .

وتؤثرهذه التغيرات علىجوانب عديدة منمكونات البنية الاتصالية بالقرية المصرية ، فالقول مثلا بوجود حراك اجتماعى لبعض الفئات الاجتماعية ، يعنى وجود تغير واضح فى اساليب التعامل والتخاطب والتفاعل بين الفئات الاجتماعية وتزايد المقدرة الاتصالية لبعض الفئات وتغير فى مراكز وادوار قادة الراى التقليديين بالقرية ، كذلك فان الحديث عن قلة العائد الزراعى وتزايد اعتماد القرية على المدينة فى تلبية متطلباتها الاستهلاكية يعنى تغير فى الاحتياجات والاهتمامات الاساسية للقرويين وهى جوانب فاعلة فى تحديد مجريات العملية الاتصالية . كما تؤثر التغيرات القيمية المشار اليها ليس فقط على فهم واستيعاب القرويين لما يثار من مضامين اعلامية عبر وسائل الاعلام المختلفة ، ولكن فى التعرض اصلا لهذه الوسائل ، والاقبال على نوعيات معينة من المضامين الاعلامية المثارة خلالها .

(ب) اتساع نطاق انفتاح القرية المصرية على العالم الخارجى فبعد التطورات التى لحقت بالمجتمع المصرى ، وبالذات فى الحقب الاخيرة اصبح من المتعذر حتى على المستوى الاجرائى وضع حدود فاصلة للتمييز بين القرية المصرية والمدينة واصبح الحديث شائعا عن

ظاهرة تريف المدن وتحضر الريف وذلك نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة والتعليم وغيرها التى فى اطارها تزايد ارتباط الريف بالمدن ، فلم يعد الريف المصرى معزولا عن حياة الحضر بالصورة التى عرفتها مصر قبل عام ١٩٥٢ وأصبح من المألوف ان نرى الضغط على وسائل المواصلات المتجه من القاهرة والمدن الكبرى الى الاقاليم فى الاعياد والمواسم وان نرى الآن العديد من العادات الاستهلاكية الحضرية وقيم المدينة التى حملها المهاجرون الريفيون انفسهم الرائحون الغادون من الريف والمدينة ، كما حملها العائدون من الهجرة المؤقتة للعمل فى خارج مصر وتزايدت حركة المواصلات والاتصالات بين الريف والمدينة نتيجة لعمليات تحسين الطرق وتزايد وسائل النقل ودخول الكهرباء وانتشار أجهزة الاعلام وعلى راسها التليفزيون وأجهزة التسجيل بل والتليفون فى العديد من القرى .

هذا الانفتاح الخارجى وتزايد حركة انتقال القرويين من والى القرية المصرية ، يعنى انتفاء العديد من التصورات التقليدية التى ظلت راسخة لدى بعض الباحثين حول انعزال القرويين وجمودهم وانخفاض مستوى طموحاتهم وعدم تقبلهم للتحديث ... الخ . كما يعنى من ناحية اخرى ظهور احتياجات اعلامية جديدة ، تؤثر بالضرورة على ادوار ومراكز اساليب الاتصال المختلفة بالقرية .

(جـ) ان جانبا كبيرا من المضامين الاعلامية المتجهة نحو الريف عبر أجهزة الاعلام الرسمية ، يجرى اعداده وصياغته من اعلى فى المركز ، وبعيداً عن مشاركة القرويين او مراعاة لواقعهم ومتطلباتهم الفعلية مما يضعف فاعلية هذه المضامين وقدرتها على تحقيق وظائفها على أرض الواقع من ناحية ويقلل من اعتماد القرويين عليها ويدفعهم بالتالى الى أقامة نظامهم الاتصالى الخاص بهم والمنعزل عن نظام الاتصال المركزى من ناحية اخرى .

(د) ان فهم تأثيرات الاتصال على الثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الآنية والجزئية لهذه التأثيرات ، والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الاعلامية(١) . وانما يمكن ان

---

(١) انظر فى ذلك :

عبد الفتاح عبد النبى ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، تقرير فرعى أعد فى اطار بحث الاعلام ومستقبل القرية المصرية =

يتم هذا الفهم بصـــورة افضل مع النظرة المتكاملة والممتدة لنســق الاتصـــال ككل فى مجتمع القرية . وان هذه التأثيرات قد تتفاوت بين التدعيم والتغيير الجزئى المحدود والتعبئـــة العـــامة والتغيير الشـامل لمـــا هو سائد من اسلوب حياة فى المجتمع المحلى .

وعلى ضـــــوء ما تقدم يمكن تتبع وقياس اثر دوات الاتصال الحديثة على الثقافة فى مجتمع القرية وفقا للمستويات التالية :

(ا) مستوى مجتمع القرية ككل :

وفى هـــذا المستوى يتم الاخذ فى الاعتبـــار تأثير اجهزة الاتصـــال على المجالات التالية :

١ — الشـــكل المعمارى للقرية .

٢ — العـــادات والتقاليد .

٣ — الانتاجية وســـوق العمل .

٤ — بنـــاء القوة والنفوذ داخل القرية .

(ب) مستوى الأسرة :

وفى هـــذا المستوى يجرى بحث تأثير الاتصـــال على الجوانب التالية :

١ — العلاقات الاسرية .

٢ — الادوار داخل الأسرة وبالذات دور المرأة .

٣ — الخصوبة والانجاب .

٤ — العـــادات الغذائية .

(جـ) مســـتوى الفرد :

وفى هذا المستوى يتم بحث الجوانب التالية :

١ — مستوى الطموح الفردى .

٢ — درجة الانفتـــاح على الآخرين .

٣ — الوعى بالحقوق والمشـــاركة .

٤ — قيمة العمل والرغبة فى الانجاز .

= الذى يجربه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائيـــة ، قسم بحوث الاتصـــال الجماهيرى (تحت الطبع) .

٤ — المجـال الجغرافى (منطقة البحث) :

تقرر اجراء الدراســـة الميدانية بمحافظة الغربية ووقع الاختيار تحديدا على قرية « تطاى » ، مركز السـنطة ، محافظة الغربية ، وجاء هذا الاختيار العمدى للمبررين التاليين :

الأول : تأثرت قرية « تطاى » بظروف التغيير التى شـــهدها المجتمع المصرى والمنـاطق الريفيـة فى الحقب الاخيرة ، وبالذات فيما يتعلق بالانفتاح والهجرة والنقل وارتفـاع نسـبة التعليم ، وسهولة المواصـلات ، وتغلغل أجهزة الاعلام ... الخ ، وانخفضت بهـا نسـبة العـاملين بالزراعة الى ما يقرب ٥٠٪ وارتفعت فى المقابل نسبة المشتغلين بأنشطة أخرى كالتجارة ، والخدمات والمقاولات والصناعات الحرفية ... الخ ، وهى بذلك تعد نموذجا واقعيـا لحالة التحول التى تشـهدها العديد من المناطق الريفية على مستوى الجمهورية فى الوقت الراهن .

والثـانى : قرية تطاى ، هى قرية الباحث وموطن نشأنه وقضى بها أكثر من نصف سنوات عمره ويتردد عليها بين الحين والآخر ، حيث تقيم عائلتــه وأقرباؤه وهو بذلك يدرك عن قرب ظروفها ومشكلاتها وما يقع فيها من تفاعلات وتغيرات ، وربمـا يكون ذلك مأخوذا عليه احتمـالات التحيز والفهم الذاتى للامور وصـعوبة فصـل الباحث فى هذه الحالة بين دوره كباحث ودوره كأحد أفراد مجتمع البحث ، أو عدم استثارة حواس الباحث لملاحظة الكثير من الأمور التى يأخذها — نتيجة التعود عليها كوقائع مسلم بها ، بينما فى المناطق الغريبة عليه ، يكون كل شىء جديدا على الباحث ، وبالتالى يكون أكثر مدعاه للاستثارة والاهتمـام ، وهو الأمر الذى يثرى العمل الميدانى ... الخ .

على أن ذلك لم يكن ليثنى الباحث عن اختيار القرية التى ينتمى اليها ، فقـد ساعد هذا الاختيار على تفادى مشكلات كثيرة كان يمكن أن تهدد سـير البحث وفى مقدمتها ، توفير الوقت والمـال والجهد ، بالنسـبة لباحث يجرى دراسـة بمفرده وعلى نفقته الخاصـة ، وتتطلب التواجد بالقرية لمدة طويلة نسـبيا ، ثم تخطى الصعوبات الخاصـة بتوطيد الصـلة بالمبحوثين ، وكسب ثقتهم ، والتغلب على المقاومة والشـك التى تواجه عادة جامعى البيانات بالاضافة الى معرفة الباحث الشخصية بالقرية ممـا يسهل فرص الالتقاء والزيارات والحوارات مع الأفراد بصـورة طبيعية وبلا افتعال كمـا يساهم بعد الباحث عن القرية واقامته خارجها لمدة تقرب من ١٥ عاما فرصـة طيبة لادراك مظاهر التغيرات التى حدثت فى طرق واساليب الاتصال بالقرية ، وفى تلافى أية مجاملات والرغبة فى ارضـاء الباحث أو تقديم ما يرضى السـلطات

من معلومات على النحو الشائع والمعروف فى طريقة تعامل القروى مع ما يعتقد انهم مندوبوا الحكومة او افندية المدينة .

وفى مقابل ذلك ، يؤدى الاختيار العمدى للقرية التى ينتمى اليها الباحث الى انتفاء القدرة على التعميم ، ويظل ما يتوصل اليه من نتائج مقتصرا على على قرية البحث محل الدراسة كنموذج أو حالة للقرى التى تتشابه معهـا فى خصـائصها العامة .

بعض الخصـائص المميزة لقرية البحث :

تقع قرية « تطاى » فى النطاق الجغرافى لمركز السنطة التابع لمحـافظة الغربيـة وتبعد عنه مسافة خمسة كيلو مترات جنوبا ويربط بينها طريق ممهد يمتد بمحازاة بحر شبين الكوم . وتبعد عن طنطا عاصمة المحافظة بمسافة ثلاثة عشر كيلو مترا فى اتجاه الجنوب الشرقى منها خمسة كيلو مترات غـير ممهدة ابتداء من قرية « شبرا قاص » التى تقع على طريق المعاهدة الذى يربط مدينة طنطا بزفتى ثم الزقازيق . وتقع القرية الى الشمال الشرقى من مدينة بركة السبع التابعة لمحافظة المنوفية وتبعد عنها مسافة سـتة كيلو مترات تمتد عبر طريق ترابى يمتد بمحـازاة بحر شبين الكوم أيضـا . واتجاه الاهالى الى مدينة طنطـا أكبر من اتجاههم الى المركزين الأخيرين ، حيث تمثل مدينـة طنطا مركزا تجاريا ودينيا وترفيهيا وتعليميا لمعظم سـكان القرية وتقتصر صـلة الأهالى بمدنـة السـنطة — المركزى الادارى — على النواحى الادارية حيث يفدون اليها لقضـاء مصالحهم بالسجل المدنى . ومركز الشرطة ، والمحكمة الابتدائية والشهر العقارى ومجلس المدينة الى غيرها من المصـالح التى تتبع لها القرية اداريا .

وترتبط القرية بهذه المراكز الحضرية بخطوط لأتوبيس وسط الدلتـا ، وأتوبيس النقـل الداخلى لمدينـة طنطا بالاضـافة الى عـدد من سـيارات الأجرة الخاصة التى تعمل على خط طنطا — الجعفرية . وهى قرية ملاصـقة تمام لقرية تطاى بحيث لا يفصل بينها سوى شـارع رئيسى واحـد وتتداخل الصلات والعلاقات بين اهالى كلا القريتين مما يجعلهما أشبه بمركز سكانى واحد تتكامل الخدمات الموجودة بكل منهما ، حيث توجد بقرية الجعفرية نقطة الشرطة ومقر المجلس المحلى والوحدة الصـحية وغـيرها من المؤسـسات التى تخدم القريتين معـا .

ويصل تعداد سكان قرية « تطاى » وفقا لبيانات تعداد ١٩٨٦ ، الى (١٢٢٧٨) منهم (٦٢٦٣) من الذكور و (٦٠١٥) من الاناث ، ويبلغ اجمالى مساحة الأراضى الزراعيـة بزمـام القرية ١٨٠٠ فدان موزعة على ١٤٠٠ حيازة ويوضـح الجدول التالى توزيع الحيازات الزراعية بقرية « تطاى » وفقا لفئات الحيـازة :

جــدول رقم (١)

توزيع الحيازة الزراعية بقرية تطاى(*)

فئة الحيازة	العـــدد	٪
اقل من فدان	٤٥٠	٣٢ر١٤
من فدان — ٥	٧٥٠	٥٣ر٥٧
من ٥ — ١٠	١٥٠	١٠ر٧٢
١٠ افدنة فأكثر	٥٠	٣ر٥٧٪
المجمـــوع	١٤٠٠	١٠٠٪

وتشـــير بيانات الجدول ان الغالبية العظمى من الحيـــازات الزراعيـــة بالقرية حوالى (٨٥ر٧٪) من الحيازات بها تقـــع فى فئة الحيازة اقل من خمسة افدنة وأن حوالى (٤٠٪) من هذه النسبة حيازات لا تتجاوز مساحتها الفدان ، الأمر الذى يشـــير الى صغر وتقزمية نمط الحيازة الغالب بالقرية ، وان نسبة الحيازات المتوسطة والكبيرة اكثر من خمســـة افدنة لا تتجـــاوز (١٤ر٢٪) من أصحاب الحيازات وان الحد الأقصى للحيازات الزراعية بهذه القرية لا يتجاوز ١٣ فدانا .

واهـــم الزراعات بالقرية هى القطن والذرة والقمـــح ، والخضروات ، والفواكه وبالذات التفاح البلدى والبرتقال والجوافة .

ونكشف بيانات تعداد عام ١٩٨٦ : أن قرية « تطاى » لا تختلف عن باقى القرى المصرية من حيث التوزيع النوعى النســـــبى للســـكان على أن اللافت للنظر فى تلك البيانات ، هو ما يظهر من تحسن طفيف فى الحالة التعليمية بالقرية حيث تبلغ نسبة الاميـــــة بهـــا (٥٧ر٤٪) فى حين أنهـــا تبلغ (٥٨ر٥٪) فى المناطق الريفية على مستوى الجمهورية ، ويعود ذلك الى توافر فرص التعليم بالقرية ، حيث يوجد بها حاليـــا مدرستين ابتدائى واخرى اعـــدادى للبنين والبنات بالاضافة الى مدرسة ثانوية ومعهـــد دينى موجودين بقرية الجعفرية الملاصـــقة لقرية تطاى .

وفضلا عن توافر المدارس بالقرية (ابتدائى — اعدادى ، ثانوى) تتميز

(*) البيانات مستقاه من واقع ســـجلات الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

قرية تطاى بتوافر العديد من مؤسسات الخدمات الاخرى ، فيوجد بها جمعية تعاونية زراعية ، ومكتب بريد ، ونادى للشباب ، وسنترال مخصص لخدمة اهالى قريتى الجعفرية وتطاى . وقد حظيت القرية بفرصة دخول المياه لنقية اليها منذ نهاية الخمسينات وشهدت دخول التيار الكهربائى فى أوائل السبعينات والتى لا تكاد تخلو منها منزلا واحد بالقرية الآن .

وينتشر بالقرية محلات بيع الاقمشة والخردوات ولوازم البناء وتجارة الأخشاب والحبوب بالاضافة الى البقالة ، والجزارة والمطاعم وورش صناعة الموبليا وغيرها وهى كلها امور تشير الى تزايد ظهور وانتشار السمات الحضرية بالقرية .

ولا يختلف النمط العام للمساكن بالقرية عن النمط العام لمساكن الفلاح المصرى فجانب كبير من مساكن القرية مبنى بالطوب اللبن ، وفى أوضاع متلاصقة وشوارعها ضيقة وينتشر على مداخلها وفى اطرافها العديد من المساكن الحديثة المبنية بالطوب الأحمر والأسمنت المسلح ، ويتسم الوضع العمرانى بصفة عامة فى القرية بمظاهر التناقض البنائى ، فبجانب البيوت ذات الطابع التقليدى تتواجد البيوت ذات الطراز الحديث . ويعد هذا التناقض فى الشكل الفيزيقى للقرية انعكاسا للتناقض الواضح فى النشاط الاقتصادى للسكان بالقرية فبينما تزايدت الأنشطة غير التقليدية كالتجارة ، والمقاولات ، والصناعات الحرفية بما يعنيه ذلك من سرعة ظهور السمات الحضرية بالقريه ، نجد أن النشاط الزراعى التقليدى لايزال يستوعب ما يقرب من (٥٠ ٪) من جملة موارد النشاط بالقرية . على أن اللافت للنظر هو اتجاه الطابع الريفى التقليدى الى الانحسار ، بشكل سريع وواضح بالقرية مما يشير الى الطابع الانتقالى الذى تعايشه القرية حاليا ، ونمو السمات الحضرية بها ، ومن بين الخدمات النامية بالقرية . مكاتب المحامين ، والعيادات الطبية حيث يوجد بها حاليا خمسة مكاتب للمحاماه ، واربع عيادات طبية ، ودار الحضانة .

٥ — أدوات العمل الميدانى وعينة البحث :

تتبع الدراسة المنهج الانثروبولوجى والمنهج المقارن وفى ذلك اعتمدت على الملاحظة ، والمقابلة والمناقشات الفردية والجماعية المفتوحة كادوات لجمع البيانات الميدانية . ولتنظيم عملية الملاحظة جرى وضع دليلا لها يتضمن الجوانب التالية .

— سلوك التعرض والتعامل مع أدوات الاتصال المختلفة ، والمضامين الأكثر رواجا وانتشارا لدى القرويين .

- موضوعات الحوار واسـاليب التخاطب والتفـاعل بين الجماعات الاجتماعية المختلفة بالقرية .

- قدرة الفئات الاجتماعية المختلفة على المشاركة فى عملية الاتصـال .

- تأثيرات ادوات الاتصـال الحديثة على الجوانب التالية :

قنوات الاتصـال التقليدية ، العـادات والتقاليد ، الانتاجيـة وسوق العمل ، بنـاء القوة والنفوذ داخل القرية ، العلاقات الأسرية .

وقد قام الباحث بمراقبة هذه الجوانب بمنطقة البحث من خـلال الاقامة شبه الكاملة بمنطقـة البحث لمدة سـتة شـهور ، استغرقت الفترة من اول يناير ١٩٩٠ وحتى يونيو من العـام نفسه ، وخلال هذه المدة داب الباحث على التجـول داخل شـوارع القرية بالملابس القروية العادية والقيام ببعض الزيارات داخل البيوت ، والتردد المنتظم لدور بعض الأسر تحددت اساسـا فى خمس أسر ترتبط بعلاقة قرابة ومعـارف مع اسرة الباحث بالاضـافة الى الجلوس والاختلاط بمواقع الأنشطة والخدمات المختلفة مثل الجمعية التعاونية ، وبنك القرية ، والورش الحرفيـة (الحياكة والموبيليا) ومحـلات البقالة والمقهى ، والمسجد ودوار العمدة وغيرها من أماكن الاتصـال والتفاعل اليومى داخل القرية . وكان يجرى تدوين مذكرات يومية بما يتم رصده من ملاحظات حول السلوك أو العادة موضع التحليل والمراقبة على النحو الوارد فى دليـل الملاحظـة .

كما استخدمت المقابلة وجرى توظيف هـذه الأداة للحصول على بيـانات كمية ووصفية تتعلق بحجم وانماط تعرض الأفـراد بمنطقـة البحث لوسـائل الاتصال المختلفة ، ورؤيتهم لكل وسيلة ، ومدى اعتمادهم عليها أو تأثرهم بهـا فى مجرى حياتهم اليومية . وقد طبقت المقابلة المتعمقة مع عينـة عشـوائية طبقية منتظمة من (٢٠٠) فرد من الذكـور والاناث ، على اسـاس السن من (٢٠-٦٠) سنة والنشاط المهنى للفرد . وذلك وفقا للجدول التالى :

جــدول رقم (٢)

(توزيع مفردات عينة البحث وفقا للنوع والمهنة)(١) .

	اناث	ذكور	المجموع
فــلاح / فــلاحة تحــوز	٢٠	٣٠	٥٠
فلاح / فلاحة لا تحــوز	٢٠	٣٠	٥٠
عامل / عاملة (غير زراعى)	٥	١٠	١٥
مهــنى	٥	١٠	١٥
حــرفى	٥	١٠	١٥
تاجــر	٥	١٠	١٥
موظــف	١٠	١٠	٢٠
طالــب	١٠	١٠	٢٠
المجمـــــــوع	٨٠	١٢٠	٢٠٠

وقد جرى تصميم دليــلا للمقابلة والحــوار مع جماعة المبحــوثين من أفراد العينة . وقد تضمن الدليل (٨٨) سؤالا موزعة على بندين **الأول** حجم وســلوك تعرض الافــراد لمختلف أدوات الاتصــال ويشــمل الأســئلة من (١ — ٦٧) **والثانى :** ويتعلق بالعلاقة بين الجمـــهور وادوات الاتصـــال المختلفة ويتضمن الاسئلة من (٦٨ — ٨٨) .

وقد اختبرت صحة وثبات الأسئلة خــلال شهر يناير ١٩٩٠ ونفــذت المقابلات المقننة التى طبقت خلالها اسئلة الدليل فى شكلها النهائى بعد التعديل بناء على التجريب الأولى فى شهر مارس ١٩٩٠ .

ومن المفترض ان يؤدى تكامل استخدام الملاحظة بأنواعها ، والمقابلة المقننة مع المبحوثين من افراد العينة ، والحوارات الحرة الفردية والجماعية التى تجرى بمنطقة البحث الى تلافى ما قد يوجــد من قصور فى استخدام اى من هذه الأدوات بمفردها ، والى تدعيم قدرة البحث على الكشف عن

(١) اعتمدنا فى ذلك على المصادر التالية :

(*) السجل المدنى لمركز مدينة السنطة الذى تبعه القرية .

(*) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء تعداد محافظة الغربية (١٩٨٦) .

مكونات بنية الاتصال بالقرية ، واسلوب تعامل الأفراد بها مع اجهزة الاتصال المختلفة ، ورؤيتهم لها أو اعتمادهم عليها ، وكذا التأثيرات الثقافية لأجهزة الاتصال فى المجتمع القروى . كما يساهم استخدام المنهج المقارن ، الى الوقوف على أوجه التباين بين مختلف الفئات المهنية والاجتماعية فى التعامل مع وسائل الاتصال ، وفى التعرف على حقيقة التأثيرات التى تركها كل وسيلة فى مجتمع القرية . ونسعى فى الفصل القادم الى عرض نتائج عملنا الميدانى .

الفصل السابع

الاتصـــال والثقـــافة (المعطيـــات الميدانيـــة)

الفصـــل الســـابع

الاتصـــال والثقـــافة (المعطيـــات الميدانيـــة)

نحـــاول فى هذا الفصل ، عرض وتحليل ما توافر لدينا من بيـــانات حصلنا عليها من منطقة البحث سواء من خـــلال تطبيق أدوات ، الملاحظة ، والمقابلة المقننة ودراسة الحالة او المناقشـــات الفردية والجماعية المفتوحة التى اجريناها مع الأفـــراد بقرية البحث ، وترتبط خطة العرض بأهـــداف البحـــث وبمايثيره من تساؤلات تدورحـــول مكونات بنيـــة الاتصال بالقرية ، واسلوب تعامل القرويين مع ادوات الاتصال المختلفة ، والتأثيرات الثقافية التى أحدثتها هـــذه الأدوات ســـواء على مســـتوى مجتمع القرية ككل ، او المستوى الأسرى أو الفردى . وبصـــورة محددة يتضمن هذا الفصـــل عرض بيانات العنصرين التاليين :

١ ـــ مكونات بنيـــة الاتصـــال بالقرية .

٢ ـــ التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال .

اولا : مكونات بنيـــة الاتصـــال بالقـــرية :

١ ـــ الراديـــو :

ظلت اجهزة الراديو محـــدودة العدد فى قرى الريف المصرى خـــلال الخمسينات من هذا القرن : ويقتصر وجودها على عدد من الأجهـــزة تعـــد على أصـــابع الأيـــدى ، وفى حـــوزة فئات معنية ســـواء اعيـــان القرى أو لدى احـــد البقـــالين او اصحاب المقاهى . ودخلـــت اجهـــزة الراديو بكثافة ملحوظة الى القـــرية المصرية مع بدايـــة الستينيات وذلك فى اطـــار ظهور الترانزســـتور وانخفاض اسعاره من جهـــة بالاضـــافة الى عـــودة الكثير من ابناء القرى المجندين الذين اشتركوا فى حرب اليمن خـــلال الفترة من ١٩٦٢ ـــ ١٩٦٧ من جهـــة أخرى ، حيث كانت تيح لهم المرتبـــات التى يقومون بادخارها هنـــاك ، شراء احـــد اجهزة الراديـــو اثناء العـــودة الى القرية بل وكانت حيـــازة مثل هذا الجهـــاز ، تعـــد بمثابة احـــد مؤشرات التمايز فى نظـــر العـــديد من فقراء الفلاحين خـــلال ذلك الوقت . والحراك الذى حققه المجنـــدون العائدون . ثم اخـــذت اجهـــزة الراديو فى الانتشار بعد ذلك بصورة واضحة لدرجة أنه أصبح من النادر ان نجـــد أسرة ريفية الآن لا تحـــوز راديو او اثنين على الاقل .

ونتيجة للاجراءات والقرارات الحماسية التى اتخذتها حكومة الثورة خلال حقبتى الخمسينيات والستينيات والتى واكبت تغلغل وانتشار اجهزة الراديو فى القرية المصرية ، وميل هذه القرارات لدعم مركز القاعدة العريضة من الفلاحين (الاصلاح الزراعى ، توزيع الملكية ، العلاقة بين المالك والمستأجر التعاونيات الزراعية .. الخ) وقيام اجهزة الراديو بنقل هذه الاجراءات والقرارات الى القرويين ونشر الوعى لديهم حولها ، ارتبط فى الذهن العام لدى القرويين ، وبالذات جماعة الفلاحين ، أن الراديو جهاز لمعرفة اخبار الدنيا .. وسماع الاخبار فى المقام الأول ، ويلى ذلك فى مرتبة تالية ، مهمة الترفيه ، سماع الأغانى والتمثيليات الاذاعية) وذلك بعد أن اتجهت الدولة بعد هزيمة ١٩٦٧ الى تكثيف التوظيف الترفيهى للراديو (اغانى أم كلثوم ، وعبد الحليم حافظ ، والمباريات الرياضية ... الخ) وذلك فى اطار محاولة السياسية الاعلامية انذاك التخفيف من الآثار النفسية للهزيمة . واخيرا الاستماع الى القرآن الكريم والبرامج الدينية والتى كثفت أيضا بعد هذا التاريخ عبر مختلف محطات الراديو المصرية لاسباب سياسية ايضا . وبعد دخول اجهزة التليفزيون والتسجيل وانتشارها فى القرية المصرية منذ منتصف السبعينيات ، قل الاستخدام الترفيهى للراديو فى حين ظلت البرامج الاخبارية والدينية ، تحظى بالأولوية المطلقة فى استخدام القرويين لجهاز الراديو .

ويحظى الراديو بمكانة متميزة بين اجهزة الاتصال الجماهيرى من حيث الصور : الذهنية المحببة لدى القرويين ، فهو ليس « حراما » ، كما ينظر بعض القرويين حاليا الى جهاز التليفزيون ، والفيديو مثلا ، كما انه سهل الحمل والاستخدام ، ورخيص الثمن بالمقارنة ببقية اجهزة الاتصال الأخرى ، فضلا عن خلوه من التعبيرات السوقية والمشاهد الخارجة . ونتيجة لذلك عبر الجانب الأكبر من المبحوثين فى حوارهم معنا حول مدى تعودهم على الاستماع للراديو عن ارتفاع درجة هذا التعود ، كما تكشف بيانات الجدول التالى :

جدول رقم (١)

(درجة تعود القرويين الاستماع للراديو)

درجة التعود	العدد	٪
دايما	١٦٠	٨٠
حسب الظروف	٤٠	٢٠
لا اسمعه اطلاقا	—	—
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

ونظهر البيانات ان (٨٠٪) من اجمالى المبعوثين البالغ عددهم (٢٠٠) فرد . يستمعون الى الراديو بصورة دائمة او منتظمة فى حين لم تتجـاوز نسبة المتعرض العشوائى او حسب الظروف عن (٢٠٪) فقط ، واختفت تماما نسبة من اقر بعدم استماعه الى الراديو على الاطلاق ، نتيجة على ما يبـدو ان الاستماع الى الراديو نشاط يمارسه القروى فى مناطق متعددة ، وحيثمـا يذهب الى المنزل والحقل واماكن العمل ، والمقهى والمواصلات وغيرها مـن اماكن تواجـده .

ويبدو ان ذلك ايضا ، هو الذى دفع الجـانب الاكبر من المبحوثين (٦٠٪) الى الاقرار بأن الراديو ضرورى جدا عندما طرحنا عليهم السؤال الآتى " **ياترى الاستماع للراديو لازم منه ولا كله زى بعضه فى رايك ؟** فى حين لم تتجاوز نسبة من اقر بأن كله زى بعضه ، مشيرا بذلك الى عدم اهتمـامه كثيرا ببرامج الراديو (٤٠٪) من اجمالى افراد العينة ، الأمر الذى يشـير الى المكانة التى مازال الراديو يحتلها فى القرية المصرية ، رغم انتشار أجهزة اخرى منافسة مثل التليفزيون والفيديو وشرائط التسـجيل .

وقد اعاد التساؤل حول آخر مرة فتح المبحوث فيها الراديو تأكيد ارتفاع معدل التعرض والاستماع للراديو بين القرويين . فقد اشار الجانب الاكبـر من المبحوثين (٦٥٪) بأن آخر مرة هذه كانت « اليوم » اى ذات اليوم الذى اجرينا فيه الحوار . فى حين لم تتجاوز نسبة من اشار الى ان آخر مرة كانت من يومين ثلاثة او اكثر (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين . واوضح (١٥٪) فقط ان اتجاههم لفتح الراديو بأنفسهم مسألة تخضع للظروف والوقت المتاح لهم ، وان كانوا يستمعون الى الراديو بالصدفة اثناء سيرهم فى الطريق أو المواصلات أو غيرها من اماكن التواجد . وفى هذا الاطار تلاحظ وجود علاقة بين النـوع والمهنة ومعدلات الاستماع الى الراديو ، فالنساء اكثر اقبالا من الرجال على الاستماع الى الراديو ، كما أن جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين تعد اكثر انتظاما فى الاستماع للراديو من الموظفين والمهنيين والطلبة وهكذا .

ونظهر المناقشات مع جماعة المبحوثين ، ان فترة الصباح هى اكثـر الفترات تفضيلا للاستماع الى الراديو كما يوضح الجدول التالى :

جـــدول رقـــم (٢)

(الوقت المفضل لتعرض المبحوثين للراديو)

الوقت المفضـــل للاســـتماع	العدد	٪
الصـــــبح	٨٠	٤٠
الضـــــحى	٥	٢ر٥
الظهـــــيرة	٥	٢ر٥
العصــــــر	١٠	٥
المغـــــرب	٢٠	١٠
الســـــهرة	٤٠	٢٠
حســـب الظـــروف	٤٠	٢٠
المجمـــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وواضح من بيانات الجدول أن فترة « الصباح » هى أكثر الفترات تعرضا للراديو بنسبة (٤٠٪) فقد أوضح المبحوثون وبالذات جماعة الموظفين والمهنيين والطلبة انهم يستمعون الى الراديو خلال استعدادهم للخروج للعمل وتناولهم الفطار . ويلى ذلك من حيث الاهمية فترة « السهرة » وبالذات لدى جمـــاعة الفلاحين بنسبة (٢٠٪) ، ثم فترة المغرب بنسبة (١٠٪) وتنخفض الى حد كبير نسبة تعرض القرويين الى الراديو فى فترة الضحى أو الظهيرة والعصر الى حد كبير وهى الفترات التى يبدو ان جمهور المستمعين الى الراديو يتجه خلالها الى اجهزة التسجيل والكاست للاستماع الى الأغانى الشـــــعبية والتسجيلات التى اصبح اقبال القرويين عليها يتزايد يوما بعد يوم كرد فعل على مايبدو من جانبهم للمضامين الاذاعية غير المرتبطة بواقعهم فى جانبهـــا الاكبـــر . وظلت نسبة غير قليلة (٢٠٪) ، ترى انه لايوجد وقت مفضـــل لديها للاستماع الى الراديو ، ولكن المسألة تخضع للظروف ووقت الفـــراغ المتاح او (النفس) على حد تعبير احد المبحوثين .

ويبدو ان ظاهرة الاستماع الجماعى الى الراديو التى كانت ســـائدة فى فترة سابقة ومنذ دخول الراديو الى القرية قد تلاشت أو هى فى طريقهـــا الى ذلك ، حيث تزايد معدلات الاستماع الى الراديو بصورة فردية ، فقد ذكر الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٥٪) انهم عادة يستمعون الى الراديو بمفردهم ولا يناقشون ما يستمعون اليه مع الاخرين لو تصادف وجودهم بشـــكل عابر

اثناء عملية الاستماع ، فى حين لم تتجاوز نسبة من اشار الى اعتياده الاستماع الى الراديو وهو مع آخرين (٣٤٪) من اجمالى المبحوثين معظمهم من فئات الحرفيين والعمال ، ويبدو ان هذا التحول فى هذه الظاهرة مرتبط بانتشار اجهزة التليفزيون والتسجيل ، التى اصبح التعرض لها هو الذى يأخذ فى الغالب الصبغة الجماعية فى مقابل تزايد التعرض الفردى للراديو ، ويشير ذلك الى ان تاثير تواجد اجهزة التليفزيون والتسجيل على الراديو لايكمن فقط فى سحب اعداد غير قليلة من جمهور الراديو ، ولكن ايضا فى تعديل سلوك تعرض الجمهور للراديو وفى توقيت هذا التعرض .

وتشير الملاحظات الميدانية وكذا الحوارات المتعمقة مع المبحوثين الى ان الاستماع الى الراديو من جانب الافراد بالقرية ، عادة ما يتم اثناء قيام الفرد باداء عمل ما بل ان البعض يترك الراديو مفتوحا وهو نائم او منهمك فى عمل جاد ، ويندر الى حد كبير الاستماع الى الراديو والفرد جالس متفرغا للاستماع فقط . فقد ذكر الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) أنهم يستمعون الى الراديو أثناء قيامهم باداء عمل ما ، فى حين لم تتجاوز نسبة من اشار الى تفرغه للاستماع (٥٪) فقط ، وذكر (١٠.٥٪) من اجمالى المبحوثين ان المسألة تخضع للمصادفة والظروف ، وهو امر له دلالة بالغة عند بحث قضية تاثير المضامين الاذاعية ، حيث يبدو الاستماع وكانه اصبح عادة اكثر منها محاولة للادراك الجيد لحقيقة ما يذاع عبر موجات الراديو .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على المحطات الاذاعية المفضلة لديهم ، وطرحنا عليهم السؤال الاتى : **ياترى بتحب تسمع محطة اذاعية معينة ولا كله زى بعضه ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج اجابات المبحوثين على هذا التساؤل :

جدول رقم (٣)

(درجة تمييز المبحوثين بين المحطات الاذاعية)

درجة التمييز	العدد	٪
اذاعة معينة	٨٠	٤٠
كله زى بعضه	١٢٠	٦٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

ويشير بيانات الجدول ، ان الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٦٠٪)

ليست لديهم محطة اذاعية مفضلة او ترغب فى الاستماع اليها « دايما » حينما تقرر الاستماع الى الراديو ، ولكن كل محطات الراديو تبدو متشابهة لديهم ولا محل للتفضيل بينها . فى حين أوضح (٢٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين أن لديهم اذاعة معينة يفضلون الاستماع اليها ، يأتى على رأسها اذاعة « القرآن الكريم » .

وفى محاولة من جانبنا لاعادة التثبت من هذه البيانات وتعميق الحوار فى هذا الجانب ، طرحنا على المبحوثين السؤال التالى : **تعرف تقولى أسماء بعض المحطات الاذاعية اللى بتسمعها أكثر ؟** وكان اللافت للنظر فى استجابات المبحوثين على هذا التساؤل ، ان نسبة غير قليلة من المبحوثين تصل الى(٤٠٪) أما انها لم تستطع تحديد اسم محطة اذاعية معينة او انها اكتفت بترديد اسم محطة اذاعية واحدة فقط ، مما يشير الى خاصية التعرض العشوائى ، وغير الانتقائى للراديو التى أشرنا اليها من قبل .

ووفقا لما ورد على لسان المبحوثين الذين تمكنوا من تحديد اسم بعض الاذاعات ، تأتى اذاعة القرآن الكريم على راس القائمة ، وتليها اذاعة صوت العرب ، فالشرق الاوسط ، فالبرنامج العام ، واذاعة ام كلثوم ، على الترتيب، وكان اللافت للنظر غياب ترديد أسماء محطات اذاعية تزايد نشاطها فى الآونة الأخيرة مثل اذاعة الشباب والرياضة ، ووادى النيل ، واذاعة وسط الدلتا ، والأخيرة اذاعة محلية تدخل قرية البحث فى نطاق بثها ، وفشلت اية محاولة من جانبنا لتعميق الحوار حول نشاط وفاعلية هذه الاذاعة .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على درجة تعرضهم للاذاعات الأجنبية ، وتوجهنا اليهم بالسؤال الآتى : **ياترى بتحب تسمع اذاعات اجنبية ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل :

جدول رقم (٤)

(مدى استماع القرويين للاذاعات الأجنبية)

الاستماع للاذاعات الأجنبيــة	العدد	٪
يستمع اليها بانتظام	—	—
احيانا يستمع اليها	٨٠	٤٠
لا يستمع اليها اطلاقا	١٢٠	٦٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

وتوضح بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٦٠٪) من اجمالى افراد العينة لا يستمعون الى الاذاعات الأجنبية . فى حين اشارت نسبة لا تتجاوز (٤٠٪) الى انها احيانا ماتستمع الى الاذاعات الأجنبية ، ولم نصادف حالة واحدة ، اقرت امامنا بأنها تستمع الى الاذاعات الاجنبية بصورة منتظمة او دائمة . وتكشف المشاهدات الواقعية أن لجوء الافراد الى الاذاعات الاجنبية وبالذات فئات الموظفين والمهنيين والطلبة بالقرية ، عادة مايتم وقت الازمات او وقوع الاحداث الهامة وبالذات الداخلية ، حيث تحظى هذه الاذاعات بمصداقية اكبر لدى الافراد فى نقل الانباء حول هذه الاحداث ثم يقوم هؤلاء الافراد ، من خلال تفاعلاتهم عبر قنوات الاتصال الشخصى بنقل وترديد وقائع الاحداث كما ترددها هـذه الاذاعات مع التهكم والسخرية عادة من الرواية الرسمية لحدث كما ورد عبر وسائل الاعلام المحلية .

وكان من الطبيعى تعميق الحـــوار مع جماعة المبحوثين الذين اقـــروا بتعرضهم للاذاعات الأجنبية ، بهدف التعرف على هوية هذه الاذاعـــات ، واسباب اقبالهم عليها ، ويكشف الحوار فى هذا الجانب ، أن اذاعة لنـــدن واسرائيل ومونت كارلو وصوت امريكا على الترتيب هى الاذاعات الاجنبيـــة التى وردت أسمائها على لسان المبحوثين كاذاعات يستمعون اليها احيانا وتلاحظ هنا غياب ترديد اسماء اية اذاعات عربية ، ربما بسبب أن لفظة « اجنبى » التى طرحناها فهمت على انها كل ماهو غير عربى ، او ربما لضعف وقع هذه الاذاعات فى القـــرية .

وحول اسباب هذا الاستماع وبالذات الاستماع الى الاذاعة الاسرائيلية، اشار المبحوثون الى اهتمام هذه الاذاعات بالأغانى القديمة « الكويسة » على حد تعبير احد المبحوثين مثل اغانى أم كلثوم ، وعبدالحليم حافظ ، وكذا اهتمامها بالتراث الشعبى المحلى مثل المواويل ، والأحاديث الدينية وغيرها فضلا عن ما تفيعه من انباء ووقائع تعبر عن وجهة النظر الأخرى والتى لا ترد فى وسائل الاعـــلام المحليـــة .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية البرامج المفضـــلة لديهم فى الراديو ، وجاءت البرامج الدينية والقرآن الكريم على رأس قائمـــة التفضيلات وبمعدل تكرار شمل الجانب الاكبر من المبحوثين ، ويلى ذلـــك فى مرتبة تالية ، المسلسلات الاذاعية ، ثم برنامج ربات البيوت ، وكلمتين وبس وهمسة عتاب ، ونشرة الأخبار ، والمباريات الرياضية واخيرا برامج المنوعات ولم يرد على لسان المبحوثين اية اشارة او ترديد لبرامج المرأة والطفـــل ، او الارشاد الزراعى ، او البرامج الثقافية وغيرها من البرامج والموضـــوعات الاعلامية التى ربما قد يتعرضون لها بالمصادفة ولكنها ليست لها الاولوية فى الاهتمام

الكثير من المبحوثين او لافتة لنظرهم وبالتالى تدنت قدرتهم على الاشارة اليهـــا فى حوارهم معنا ، مما يؤكد مرة اخرى خاصية التعرض العشوائى وغير الواعى للعديد من برامج الراديو التى اشرنا اليها من قبـــل .

وايا كانت طبيعة البرامج المفضلة لدى المبحوثين او الصورة الذهنية لديهم من اوجه الاستفادة من الراديو ، فقد عبر الكثير منهم فى حوارهم معنا عن عدم امكانية الاستغناء عن ا لراديو فى حياتهم ، عندما طرحنا عليهم السؤال الاتى : **فى رايك الناس فى البلد هنا ممكن تستغنى عن الراديو ؟** ويكشف الجـــــدول التالى عن هذه الحقيقة .

جـــدول رقـــم (٥)

(مدى استغناء المبحوثين عن جهاز الراديو)

مـــــدى الاســـــتغناء	العـــدد	٪
يســـــتطيع الاســـــتغناء	٢٠	١٠
نيــــــه ونيــــــه	٧٠	٣٥
لايســـتطيع الاســـــتغناء	١١٠	٥٥
المجمـــــــــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشير البيانات ان الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٥٥٪) يرون أن الراديو لا يمكن الاستغناء عنه ، فقد استقر كظاهرة اجتماعية فى حياتهم رغم قلة استفادتهم من برامجه فى حياتهم الفعلية فى حين اشارت نسبة غير قليلة ايضا (٣٥٪) ان هناك من يستطيع الاستغناء عنه وآخر من لا يستطيع . وقد تلاحظ ان مثل هذه الاستجابة قد ظهرت بصورة واضحة لدى جماعة الموظفين والمهنين والطلبة وبين فئـــات الشباب منهـــم تحديدا ولم تتجاوز نسبة من اقر بامكانية استغناء الناس فى البلد عن الراديو ، بالنظر الى ظهور التليفزيون واجهزة التسجيل وغيرها من اجهزة الاتصال عن (١٠٪) فقط من اجمـــالى المبحوثين ، الامر الذى يؤكد صحة ما اشرنا اليه من قبل عن الصورة الذهنية المحببة لدى القرويين على اختلاف تصنيفاتهم الاجتماعية والمهنية عن الراديو بالمقارنة بوسائل الاتصال الاخرى ، كالتليفزيون والفيديو وغيرها .

ومع ان نسبة كبيرة من المبحوثين لم يتمكنوا من تحديد اكثر الفئـــات فى البلد استفادة من الراديو « مش عارف » ردا على تساؤلنا : **انت شايف مين من الناس فى البلد بيستفاد اكثر من الراديو ؟** الا ان من استطاع منهم الاجابة

على هذا التساؤل ، اشار الى فئة الفلاحين والمهنين وكبار السن بالذات من الرجال والنساء بالقرية . وحول اوجه الاستفادة الفعلية من الراديو ، اعاد المبحوثون ترديد ما سبق أن أشاروا اليه فى حوارهم معنا حول البرامج المفضلة من الاستماع الى القرآن الكريم والأحاديث الدينية ، والتسلة ومحو الامية ، ومعرفة اخبار الدنيا ، وكان اللافت للنظر هنا أن يتحدث البعض عن استفادة الفلاحين من برامج الارشاد الزراعى ، وهو ما لم يرد من قبل فى حديثهم معنا عن البرامج المفضلة مما يدفعنا الى التهوين من قيمة ماردده هؤلاء حول الاستفادة من برامج الارشاد الزراعى خصوصا وقد تلاحظ ان مصدر ترديده قد جاء من جانب بعض المتعلمين ، وليس من جانب الفئات المعنية أصلا ببرامج الارشاد الازراعى وهم جماعة الفلاحين .

٢ — التليفزيون :

كان دور التليفزيون منذ بدء ارساله فى عام ١٩٦٠ ، يكاد يكون غائبا تماما فى المجتمع الريفى ، حيث اقتصر تواجده وانتشاره فى اطار غياب التيار الكهربائى على محاولات كل من وزارة الثقافة والزراعة الزام بعض الجمعيات التعاونية شراء احد الأجهزة واستخدامها فى مناسبات معنية او لدى احد المقاهى التى تقوم بتشغيل الجهاز بصفة خاصة فى مباريات كرة القدم وبعض التمثيليات والأفلام لجمهورها مقابل اجر معين ، ولذلك كان جمهور المشاهدين ينحصر فى فئات وشرائح اجتماعية معينة كالموظفين والشباب وبعض الأعيان. وقد حدث تحول واضح فى انتشار التليفزيون وجمهور المشاهدين منذ منتصف السبعينيات وذلك بعد دخول التيار الكهربائى فى العديد من القرى ، واقبال العديد من القرويين من مختلف الفئات والشرائح الاجتماعية على حيازة اجهزة التليفزيون واصبح مشاهدة التليفزيون ، تعد احد ممارسات الحياة اليومية لدى قطاعات واسعة من الجماهير وبصفة خاصة فى فترة الارسال المسائية .

وتشير البيانات الميدانية ، الى ارتفاع معدلات حيازة اجهزة التليفزيون بقرية البحث ؛ فقد اشار (١٩٤) مبحوثا بنسبة (٩٧٪) من اجمالى المبحوثين من افراد العينة البالغ عددهم (٢٠٠) فردا الى أن لديهم جهاز تليفزيون ، بل أن بعض المبحوثين ذكر أن لديهم اكثر من جهاز (ابيض واسود وملون) ومع هذا الانتشار الواسع لأجهزة التليفزيون بالقرية ، والذى قد يجعل من التليفزيون احد أهم مكونات بنية الاتصال بالقرية ، الا أن الفجوة بين حيازة الفرد لجهاز التليفزيون ، ومعدل تعرضه لبرامجه تبدو واسعة حاليا ، حيث تشير البيانات الى الانخفاض الملحوظ فى معدل تعرض القرويين اليومى لجهاز التليفزيون كما يوضح الجدول التالى :

جدول رقم (٦)
(معدل التعرض للتليفزيون بقرية البحث)

معدل التعرض	العدد	٪
كل يوم	٨٠	٪٤٠
بظروفها	٨٠	٪٤٠
لا اشاهده	٤٠	٪٢٠
المجمـــــوع	٢٠٠	

وتشير البيانات ان ما يقرب من (٦٠٪) من المبحوثين اما أنهم يتعرضون الى التليفزيـــون بطريقـــة الصدفـــة وحسب الظروف أولا يتعرضون له على الاطلاق ، فى حين ان (٤٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين هم الذين يتعرضون يوميا الى التليفزيون . وكانت إهم اسباب عدم الانتـــظام فى التعرض اليومى للتليفزيون . هى المشاغل وعدم وجود وقت بصرف النظـــر عن أية اعتبارات اخرى . ويبدو ان تقلص وقت الفراغ لدى القرويين النـــاجم عن تزايد ضغوط الحيـــاة وانشغال الجانب الاكبر منهم فى تدبير قوت يومهم ، والعمل باكثر من مهنة . هو احد أسباب انخفاض تعرض المبحوثين الى التليفزيون ، خصوصا وانه — على خلاف الراديو — ينطلب تفرغ كامل عند التعرض وحتى اذا توافر وقت الفراغ . وهو عادة ، وقت السهرة فان التيار الكهربائى نتيجـــة لضعف المحولات وكثرة الاحمال — كثيرا ما ينقطع أو يضعف بحيث يصعب معه تشغيل اجهزة التليفزيون . وحتى اذا أمكن تشغيل هذه الاجهزة ... ، فان الصورة عادة ما تكون غير واضحة خصوصا وان معظم هذه الأجهزة من النوع الابيض والاسود مما يجعل من عملية المشاهدة امرا بالغ الصعـــوبة وباعثا للانصراف عن التليفزيون او تقليل وقت التعرض له وبالذات لدى كبار السن .

وتشير البيانات الى إن الجانب الاكبر من المبحوثين من افراد العينـــة الذين اقروا بتعرضهم للتليفزيون سواء التعرض اليومى أو بالمصـــادفة ، ان معدل التعرض الغالب لا يتجاوز الساعة ، وان نسبة تعرض الفرد للتليفزيون لســـاعتين او اكثر فى اليوم لا تتجاوز (٢٠٪) من اجمالى عدد المتعرضـــين للتليفزيون ، وهو الامر الذى يشير الى الانخفاض الواضح والمستمر فى اعتماد القرويين على التليفزيون كقناة اتصال بالمقارنة بالفترات السابقة التى أعقبت دخول وانتشار التليفزيون فى مجتمع القرية .

وتعد فترة ما بعد الظهر من الساعة الثالثة مساءا وكذا فترة السهرة ،

هى اكثر فترات المشاهدة تركيزا . ويبدو أن ذلك يعود الى ارتباط فترة ما بعد الظهر — عادة — باذاعة المباريات الرياضية ، وفى المساء والسهرة بالمسلسلات والافلام التليفزيونية والتى تعد لدى القرويين على ما يبدو الدافع الرئيسى لحيازة التليفزيون أو التعرض له .

وعادة ما تتم مشاهدة التليفزيون فى اطار جمعى او اسرى ويندر أن تتم بصورة فردية حيث كثيرا ما يجلس الفرد لمشاهدة التليفزيون فى حضور الأهل أو الاصدقاء ، أو الجيران وغيرهم ممن يشاركونه المشاهدة ، وعادة تدور المناقشات والتعليقات المتبادلة بينهم اثناء المشاهدة . والتى كثيرا ما تأخذ روح الدعابة والسخرية والحرج احيانا من بعض المشاهد وبالذات تلك التى تخرج عن التقاليد والأعراف التى يخبرها القرويون ومن ذلك صور العناق بين الرجال والنساء والرقص وغيرها . ويعد الرجال فى ذلك أكثر شعورا بالسخط والحرج من النساء لدى مشاهدة هذه الصور وقد عبر العديد من من المبحوثين فى حوارهم معنا عن قرفهم واشمئزازهم من بعض ممارسات التليفزيون وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « والله كلام فاضى ومسخرة يا استاذ » ، « الواحد بيحرج لما بيبقى قاعد مع أولاده ويشوف الكلام الفاضى ده » . أنا والله لولا الأولاد ما اخلى التليفزيون ده » ، « التليفزيون خراب » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن عدم الرضى والرفض من بعض المشاهد التليفزيون التى كثيرا ما ترد فى المسلسلات والأفلام والاعلانات التليفزيونية التى تحظى باقبال واهتمام قطاع واسع من القرويين بالذات فئات النساء والشباب .

وقد دفعتنا هذه الاستجابات الى محاولة تعميق الحوار مع المبحوثين ، للوقوف على حقيقة الصورة الذهنية ومدى المصداقية التى يحظى بها التليفزيون لدى القرويين . ويبدو أن الطريقة التى تم بها ادخال التليفزيون الى القرية ، واقتصار تشغيله فى المقاهى على المباريات الرياضية والأفلام ، وانخراط السياسة الاعلامية فى اطار الظروف التى مرت بها الدولة فى أواخر الستينيات والسبعينيات الى ترويج المضامين الترفيهية والخيالية الى ارتباط التليفزيون فى اذهان العديد من القرويين بأنه وسيلة للفرجة والمتعة والانبساط وليست وسيلة ثقافية تعليمية اخبارية ، فالتليفزيون مطلوب فى البيت لا لشىء سوى للفضفضة وادخال البهجة والسرور على الأولاد او لمنعهم من الاختلاط بأولاد الجيران ، أو لشغل وقت الفراغ ، او لمنع الشعور بالوحدة . هذه النظرة الترفيهية للتليفزيون تظهر بوضوح فى الثقافة القروية فى حالة وفاة احد افراد الأسرة ، او احد الجيران ، حيث يغلق التليفزيون تماما فى هذه الحالة ، ولأيام طويلة تعبيرا عن الحزن اذ لا يصح الفرجة على التليفزيون والانبساط والمتعة فى اطار هذه الثقافة ، مع ظروف الحزن التى يمر بها الآخرون .

وبجانب هذه النظرة الترفيهية للتليفزيون كوسيلة تصور متنامى ولافت للنظر لدى العديد من الفئات وبالذات لدى جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين بل وايضا بعض المتعلمين بالقرية بان التليفزيون « حرام » . وقد تأكد لدينا ذلك وبصورة واضحة حينما طرحنا على المبحوثين من افراد العينة السؤال المباشر الآتى : **هل التليفزيون حلال ام حرام ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية عن هذا السؤال :-

جدول رقم (٠٧)

(رأى المبحوثين فى جهاز التليفزيون)

الرأى	العدد	٪
التليفزيون حلال	٩٠	٤٥
التليفزيون حرام	٧٠	٣٥
لا رأى	٤٠	٢٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشير بيانات الجدول ، أن نسبة غير قليلة تصل الى (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين ، ترى ان الفرجة على التليفزيون أصبحت « حرام » نتيجة لما يقدمه من مشاهد يعتبرونها من وجهة نظرهم خارجة عن التقاليد ويحرمها الدين . ومع إدراكنا لافتعالية طرح التساؤل بهذا الشكل المباشر ، وبالتالى افتعال نتيجة الاجابة عليه ايضا ، لاحتمالية ان يتجه المبحوث وبصورة آلية بدافع الغيرة على الدين او الظهور بمظهر التدين .. الخ إلى اصدار حكمية « بحرمانية » التليفزيون ، الا ان الدلالة الحقيقية حتى لمثل هـــذه الاجابة الافتعالية ، هو تأكيد وجــود موقف رافض لدى قطاع غير قليل من القرويين نحو ممارسات التليفزيون . واذا كان هذا الرفض يبدو مظهريا او شكليا ازاء حرص الفرد على حيازة التليفزيون او التعرض له ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى هذا المجال ، الا ان خطورته ، وهذا ما يعنينا فى مجال التساؤل الثقافى ، تكمن فى اضعاف المقدرة التأثيرية للتليفزيون ، والنظر الى ما يقدمه من مضــامين سواء فى شــكل مسلسلات او افلام او اعلانات او برامج ثقافية واخبارية على انها اشــياء غـــير منطقيـــة او خيــالية ، وانمــا فقط للفرجة والمتعــة والتســلية و لاعلاقة لها بدنيــا الواقع الحقيقى ويستحيل تمثلها . وهذا ، على ما يبدو ، هو الاطار النفسى الفعلى الذى اصبحت تفهم وتفسر فى اطاره الكثير من المضامين التليفزيونية وبالذات تلك المتعلقـــة بالمسلسلات والافلام التى يكثر رواجها لدى القرويين .

ومع ذلك ، وفى اطار هذا الجو النفسى والنظرة الثقافية الى التليفزيون يستخدم الافراد وبالذات جماعة شباب الفلاحين والحرفيين والصبية بالقرية بعض التعبيرات والمصطلحات التى ترد بالذات فى المسلسلات والاعلانات التليفزيونية للتندر واطلاق الاوصاف على بعضهم البعض ، « يا واد ياحاوو » « حتمسك » ، « اصحى للون » الى غيرها من التعبيرات الصوتية التى عادة ما ترد فى بعض المسلسلات التليفزيونية وتظل هذه التعبيرات تتداول لفترة ثم تختفى بعد انتهاء عرض المسلسل ليظهر مصطلح أو تعبير آخر ويختفى وهكذا .

ويكشف الحوار مع جماعة المبحوثين ، حول القنوات التليفزيونية المفضلة عن ميل الغالبية العظمى من المبحوثين الى اقرار تفضيل القناة الأولى بالتليفزيون ، ويبرر هذا التفضيل على أساس انها « بتجيب برامج حلوة » ومع ذلك ، فان الملاحظة الميدانية لسلوك بعض المبحوثين للتليفزيون تكشف عن عدم وجود تفضيل معين لقناة بعينها ، ولكن يرتبط الامر بما تقدمه كل قناة من مضامين تتعلق اساسا بالمسلسلات والافلام والمباريات الرياضية . فقد تبين لى مثلا أن نشرة اخبار الساعة التاسعة مساءا لم تكن تحظى بأدنى قدر من الاهتمام فى النصف الثانى من شهر رمضان بالمقارنة بالاقبال الواسع للافراد بالقرية على مشاهدة مسلسل « ليالى الحلمية » الذى بدا يذاع فى تلك الفترة على القناة الثانية فى نفس توقيت اذاعة نشرة الاخبار على القناة الأولى .

وتتأكد هذه الملاحظة الميدانية مرة اخرى ، فى الحوار مع جماعة المبحوثين حول مدى تفضيلهم بين مشاهدة الافلام والمسلسلات العربية والافلام والمسلسلات الاجنبية لذا ما تصادف ان قدمت فى الوقت ذاته على قناتى التليفزيون الأولى والثانية ، فقد مالت الغالبية العظمى من المبحوثين وبالذات جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين الى الاعراب عن تفضيلهم عندئذ لمشاهدة الافلام والمسلسلات العربية ، وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى « يا عم احنا فهمنا عربى لما حنفهم أجنبى » ، « هيه الافلام الاجنبية حلوة صحيح بس الواحد ما يعرفش يتابعها كويس » ، « فى الافلام الاجنبية بيبرطموا كتير وعلى ما الواحد بيجى يقولها يلحقش » ، الى غيرها من الاستجابات التى تشير الى سيادة تفضيل مشاهدة المسلسلات العربية على نظيرتها الاجنبية لدى المبحوثين ، وهى نتيجة لها دلالتها عند مناقشة تأثيرات البرامج الوافدة او الاجنبية فى القرية المصرية .

وفى محاولة للتعرف على نوعية البرامج والمضامين التليفزيونية الاكثر رواجا وانتشارا بين الفروبين طرحنا على المبحوثين السؤال الاتى :
ممكن تقولى الحاجات اللى بتتفرج عليها دايما فى التليفزيون وتحب تتابعها

على طول ؟ وتكشف استجابات المبحوثين على هذا التساؤل عن تفضيل البرامج التالية : المباريات الرياضية ، المسلسلات العربية ، الأفلام ، البرامج الدينية « الشيخ الشعراوى ، ومصطفى محمود ،» برنامج عالم البحار ، نشرة الأخبار والاعلانات التجارية وبرامج المرأة والطفل على الترتيب وفقا لمعدلات تكرارها ، وكان اللافت للنظر غياب أية اشارة الى البرامج الثقافية او التعليمية وبرامج التوعية والارشاد الزراعى وغيرها من المضامين والبرامج التى يقدمها التليفزيون ، ويلاحظ هنا أن الانتماءات الاجتماعية والمهنية تلعب دورها فى تحديد ترتيب تفضيل مشاهدة هذه البرامج ، فالنساء مثلا فضلن فى المركز الأول المسلسلات العربية فى حين يفضل الرجال المباريات الرياضية ، ويهتم الحرفيون والعمال والطلبة والتجار فى المقام الاول بمشاهدة المباريات الرياضية فى حين تحظى المسلسلات والافلام بأفضلية المشاهدة على المباريات الرياضية لدى جماعة الفلاحين والمهنيين والموظفين وهكذا .

وأيا كانت درجة تأثير التمايزات الاجتماعية والمهنية فى تحديد افضليات المشاهدة التليفزيونية ، فان المراقبة المتعمقة للاسر الخمس محل دراسة الحالة ، تكشف أن الأبناء لعبوا الدور الأساسى فى انتقاء القناة او البرنامج الذى سيجتمع حوله اعضاء الأسرة لمشاهدته ، ويلى ذلك الزوجات واخيرا يأتى دور رب الاسرة الذى يبدو أن دوره يتقلص فى هذا المجال الى حد كبير مما يشير الى الدور البالغ الذى يلعبه الابناء فى توجيه استخدام التليفزيون فى القرية المصرية . وبالتالى مدى الاستفادة من هذه الوسيلة الاتصالية .

ويكشف الحوار مع المبحوثين حول مدى اهمية التليفزيون فى حياتهم عن ميل الغالبية العظمى من المبحوثات من افراد العينة الى تأكيد ضرورة التليفزيون ، فى حين تباينت اراء المبحوثين من الرجال حول هذا الموضوع . فالبعض منهم وبالذات فئات الحرفيين والطلبة والتجار اشار الى ضرورة التليفزيون فى حين اشار البعض الآخر وبالذات فئات الفلاحين والمهنيين والموظفين الى عدم ضرورته ورددوا فى ذلك استجابات مثل : والله اهو ذى عدمه ، هو زينة فى البيت وبس ، مش ديما ، الى غيرها من التعبيرات التى تكشف عن تدنى مكانة التليفزيون فى حياة هؤلاء الافراد .

ويكشف الحوار مع المبحوثين الذين عبروا عن ضرورة التليفزيون(*) ، حول جوانب استفادتهم من التليفزيون فى حياتهم عن اعادة تاكيد الاستخدام الترفيهى للتليفزيون ، كما يوضح الجدول التالى :

(*) بلغ عدد هؤلاء ١٤٠ مبحوثا فقط من اجمالى المبحوثين البالغ عددهم (٢٠٠) مبحوثا .

جــدول رقم (٨)

« أوجه الاستفادة من التليفزيون »

أوجه الاستفادة	العــدد	٪
فى التسلية وتضييع الوقت	٨٠	٥٧ر١٤
فى معرفة احوال الدنيــا	١٥	١٠ر٧٢
الواحد بيتعلم حاجات كثيرة من التليفزيون	١٢	٨ر٥٧
بيعرف الناس قرارات الحكومة	٨	٥ر٧١
بيعرف الواحد ازاى يتصرف فى المشاكل	٢٥	١٧ر٨٦
المجمــــوع	١٤٠	١٠٠٪

وتكشف بيانات الجدول ان الجــانب الأكبر من المبحوثين (٥٧ر١٤٪) يستفيد من التليفزيون فى التسليــة وتضييع الوقت فى حين لم تتجاوز نسبــة الاستفادة من التليفزيون فى معرفة احوال الدنيا مثلا (الوظيفــة الاخبارية) او التعلم من التليفزيون عن (١٠ر٧٢ ٪) و (٨ر٥٧ ٪) على الترتيب ، الامر الذى يؤكد ســيادة النظرية الترفيهية والاســـــتخدام الترفيهى للتليفزيون فى مجتمع القرية .

٢ — الصحــف :

ظل دور الصحف فى اطار انتشــار الامية وصــعوبة المواصلات محدودا فى القرية المصرية طوال فترة الخمسينات مع تحسن طفيف وبطىء خلال حقبتى الستينيات والسبعينيات فى اطار تزايد تواجد الموظفين واعــداد المتعلمين فى القرى وتحســن طرق ووســائل المواصــلات او فك عزلة الريف بصفة عامة واصبح من المألوف الآن ان نشاهد اكشــاك توزيع الصحــف فى الكثير من القرى المصرية وبالذات القرى « الأم » . وفى قرية « تطــــاى » يوجد موزع للجرائد ترد اليه الصحف من مركز الســنطة وتشمل مختلف انواع الجرائد والمجلات اليوميــة والاسبوعية ، وخلال حقبة الثمانينيات وفى اطار الانتعاش السـادى الذى عايشته بعض الاسر نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة واعادة توطين الموظفين فى قراهم ... الخ . كان يتم الاتفاق بين موزع الصحف وبعض الاسر بالقرية من مختلف الفئــات لتزويدها بجريدة او اكثر مقابل اجر يــسدى يدفع فى نهاية كل شهر . اما الآن وبعد ارتفــاع اسعار الصحف ، يتم تلاشى هذا السلوك واصبح حصول الافراد على الصحف ياتى من خلال الشراء المباشر

من مكان توزيع الصحف سـواء فى القرية او بالمدن المجـاورة التى يتردد الاهـالى عليها سواء للعمل او المبادلات التجارية .

وقد اتجه الحوار بداية مع المبحوثين حول الصحف للتعرف على الصورة الذهنية لديهم حول هذه الوسيلة الاتصـالية ، حيث تبين لنا بوضوح أن القرويين يتعاملون مع الصحف منذ بداية معرفتهم بهـا باعتبارها اداة للتثقيف ومعرفة أخبـار الحكومة واحوال الدنيـا ، وان هذا الفهم يتسـاوى لدى كافة الفئـات الاجتماعية والمهنية بالقرية ، ومع ذلك نلمس تصورا متزايد لدى عـدد غير قليـل من المبحوثين للنظر الى الصحف باعتبارها اداة للتسليـة وقضـاء الوقت وتخص النـاس المتعلمين الكبـار وسكان المدينـة وتكشف استجاباتهم عن هـذا المعنى : « الجرنال للتسلية » ، « الجرنال للمدينـة مش هنـا يا بيه » ، « الجرنال النهاردة غـالى يا عم » الى غـيرها من الاستجابات التى تشير الى التحول المتزايد فى الرؤية التقليدية للقرويين نحو الصحف وذلك فى اطـار خلو مضمونها من الاحداث الهامة او المتعلقة بالقرويين وغلو اسـتعارها وقيـام وتسـائل الاتصـال الاخرى بمهمة نقل الاخبار بصورة اسرع واكثر حيوية وملاءمة للقرويين .

ويظهر الحوار مع المبحوثين من مختلف الفئـات حول مدى تعودهم على قراءة الجرائد عن انخفاض ملحوظ فى معـدلات تعرضهم اليومى للجرائد ، ويوضـح الجدول التالى هذه الحقيقـة .

جـدول رقم (٨)

« درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد »

درجـة التعود	العـدد	٪
يقراها كل يوم	٤٠	٢٠
احيـانا	٧٠	٣٥
لا يقراها	٥٠	٢٥
لا يعرف القراءة	٤٠	٢٠
المجمـوع	٢٠٠	١٠٠٪

— وتكشف بيانات الجدول ان (٢٠٪) فقط من اجمالى افراد العينة هى التى تقرأ الجرائد بصـورة منتظمة ويوميـة وحتى هذه النسبة تبدو مبالغ فيهـا وغير واقعيـة فى اطار حرص بعض المبحوثين وبالذات جماعة الموظفين والطلبة

الظهور امامنا بمظهر المتعلم او « المتنــور » في حين تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة عن خروج اعــداد غير قليلة من الافراد عن دائرة الانتظام اليــومى في قراءة الجرائد نتيجة لارتفــاع اسعارها ، وتقلص فرص تبــادل الجرائد او استعارتها نتيجة لضــيق الوقت واشتغال الفرد بأكثر من مهنــة واحدة ، فضــلا عن رتابة وروتينيــة المعلومات والاحداث التي تقدمها الصحف ، ومع ذلك تظل نسبة غير قليلة (٣٥٪) من اجمــالى المبحوثين تقرأ الجرائد احيــانا او بالمصــادفة سواء بالشراء حينمــا تتاح لها الفرصــة لذلك أو من خلال الاستعارة من الآخرين في المواصلات واماكن العمل وغيرها .

وقد أوضح بعض المبحوثين من افراد العينة الذين قرروا عــدم قراءتهم للصحف رغم توافر مهــارة القراءة لديهم والبالغ عددهم (٢٥٪) من اجمــالى المبحوثين انهم كانوا يقراون الجرائد من قبل ، ثم توقفوا ، وان سبب هذا التوقف يعود وفقا لاستجاباتهم اللفظيــة الى ضــيق الوقت او المشغولية على حــد تعبير بعض المبحوثين ، ولكن يبدو أن السبب الحقيقى وراء هــذا التوقف يعود في رأينــا — الى ارتفاع أسعار الصحف ، وهو الامر الذى يكشف عنه احد المبحوثين ، وهو موظف بالجمعيــة التعــاونية بالقرية ، بقوله : « انا حجيب ستة جنيه للجرنال كل شهر منين ، هو المرتب فيه كام ستة جنيه، ما اجيب بهم عيش لأولادى احســن » .

وقد تبدى انخفاض معدل تعرض المبحوثين للصحف بالقرية مرة أخرى ، عندما عاودنا طرح الســؤال الآتى عليهم : **يا ترى آخر مرة قرات فيها الجريدة كانت امتى ؟** فقد ذكر الجانب الأكبر من المبحوثين الذين اقروا بقراءة الجرائد ، ان ذلك كان من يومين ثلاثة ، وتدنى الى حد كبير نسبة من اشار الى « اليوم » او حتى « امس » ، وحصرا ، بلغ عــدد هؤلاء « ٢٠ » مبحوثا من اجمــالى (١١٠) مبحوثا اقروا بقراءتهم للجرائد ، الامر الذى يؤكد مرة اخرى انخفاض معدلات الانتظام اليومى في قراءة الجرائد لدى القرويين على اختلاف فئاتهم المهنيــة .

وقد حرص الجــانب الاكبر من المبحوثين ، ممن يقراون الصحف ، في حديثهم معنــا حول عــدد الجرائد التي يقراونها ومصــدر الحصول عليها ، على تأكيــد انهم يقرأون اكثر من جريدة واحدة ، وانهم يشترون هذه الجرائد وهو اقرار ينبغى ان يأخذ بشيء من التحفظ في اطار محاولة البعض وبالذات فئات الموظفين والمهنيين والطلبة الظهور أمامنــا بمظهر المتعلم الذى يقرا اكثر من جريدة والقــادر على شرائها ، وليس العاجز عن هذا الشراء ، على ضوء نزعة المظهرية اوحب المجاراة ، التي توجه حديث هؤلاء الافراد باعتبارهم من مثقفى القرية ، وهو امر يتناقض تمــاما مع المعطيات الواقعية وبيــانات الملاحظة الميدانية ، التي كشفت ان جانبا كبيرا من الافراد ، وبالذات جماعــة

الفلاحين والعمـال والموظفين وبالتحديد من متوسطى وكبار السن من أعضاء هذه المهن ، تقرأ جريدة واحدة ، ومن خلال الاستمارة من الآخرين .

وبصرف النظر عـدد الجـرائد التى يقرأها المبحـوثون ، أو مصـدر الحصول عليهـا ، فان الامر الاكثر اهميـة يتعلق بالوقت المستغرق عـادة فى قراءة الجريدة ؟ ويظهر الحوار فى هـذا الجانب ، ان وقت الفراغ المتاح وليس طبيعة المضـامين المثارة ، هو العنصر الحاسم فى تحديد مدة تعرض الفرد للجريدة ، وهو أمر يتفق مع الصـورة الذهنيـة التى توجه تعـامل القرويين مع الصحف ، على النحو الذى اشرنا اليه من قبـل ، فالمسـألة ما هى الا مسـألة تسلية وقضـاء وقت الفراغ والالمـام ببعض القرارات التى تتخذها الحكومة فاذا ضـاق وقت الفراغ قلت مدة القراءة او حتى اهملت الصحيفة تماما . وعلى ضـوء هـذه الحقيقـة ، اقر الجـانب الاكبر مـن المبحوثين بنسبة (٥٥٪) ان الوقت المستغرق فى قراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتـاح للفرد « حسب الظروف ولم تتجاوز نسـبة من اقر بقراءته للجريدة لمدة سـاعة او اكثر عن (٢٠٪) واشـار بقية افراد العينة (٢٥٪) الى معدلات منخفضـة للوقت المستغرق فى القـراءة ، يتراوح بين خمس دقائق ونصف سـاعة وهى معدلات لا تكفى الا للالمام السريع بموضـوعات الجريدة دون تدقيـق أو تمحيص .

وتكشف الملاحظات الميدانية ، أن للاختلافات الاجتماعية والمهنية بين الأفراد علاقة مباشرة بالوقت المستغرق فى قراءة الجريدة ، فالذكور اكثر تفوقا من الاناث فى الوقت المستغرق فى قراءة الجريدة ، كمـا أن جمـاعة الشيوخ (٦٠ سـنة فأكثر) اقل تعرضـا من حيث الوقت المستغرق فى قراءة الصحيفة من الشباب ومتوسطى العمر ، رغم توافر الوقت لديهم نتيجة لضعف حاسة الابصـار لديهم ، كذلك ، فان جمـاعة الموظفين والمهنيين والحرفيين على الترتيب تعتبر نسبيا من اكثر الفئـات المهنية إسـتغراقا فى قراءة الصحف بالمقارنة بفئات اخرى مثل العمال والفلاحين والطلبة والتجار .

وأيا كانت هـذه الاختلافات ، فان المراقبة المتعمقة لسلك القراء على اختـلاف انتماءاتهم الاجتماعيـة والمهنية فى التعـامل مع الصحف يؤكد تدنى الوقت المستغرق بصـفة عامة فى قراءة الصحف ، حيث عادة ما يقوم الفرد بتصفح سريع للعنـاوين الرئيسية لصفحات الجريدة او انتقاء مضـامين معينة دون سواها يغلب عليها منـها ، الصفحات الرياضية ، والحوادث ، والاخبار الداخلية ونقـل الاحتفالات المختلفة .

ويشير الجـانب الاكبر من المبحوثين فى استجاباتهم عن تساؤلنـا يا ترى أنت متعـود تقرا جـريدة معينـة بالـذات ولا اى جـريدة ؟

ميلا واضحا لتأكيد ارتباطهم بجريدة معينة ، وتأكد لدينا هـذا الميل بمراقبة مسلك القراء فى تعاملهم مع موزع الجرائد بالقرية ، حيث يفضل الأفراد شراء جريدة بعينها ، ويبدو ان هذا التفضيل يعود فى المقام الاول الى عامل التعود ، بصرف النظر عن اية اعتبارات اخرى قد تتعلق مثلا بالمصـداقية ، أو نوعية كتاب الجريدة ومواقفهم ، أو المضمون او الاخراج ... الخ . وكان من اللافت للنظـر أن يتجه بعض المبحوثين من جماعـة الحرفيين الى تأكيد ارتباطهـم بجريدة معينـة بسبب ميولها الرياضية .

ويبدو ان مركز المجلات الاسبوعية فى القرية ضـعيف الى اقصى حـد لدرجة ان ورود هذه المجلات الى موزع الصحف بالقرية يقتصر على الاتفـاق المسبق مع الموزع على احضارها وتتحـدد اسـاسا فى مجـلة الاذاعة والتليفزيون ، يبـدو بسبب البرامج التعليمية التى تنشرها هذه المجـلة ، وآخر سـاعة ، والاهلى الرياضى وقد برر العـديد من المبحوثين اسباب عدم اقبالهم على قراءة المجلات لعوامل تعود الى ارتفاع اسعارها وعدم وجود وقت لديهم واكتفائهم بقراءة الجرائد افضل .

وقد اظهر عـدد قليـل من المبحوثين بين جماعـة الفلاحين والعمـال والحرفيين وبالذات النسـاء منهم ، عجزا واضـحا فى القدرة على حصر اسمـاء بعض الجرائد الحزبيـة الموجـودة فى السـوق ، وقد تزايد هـذا العجز بين الفئـات المهنيـة الاخرى حينمـا طلب منهم تحديد يوم صـدور كل جريدة حزبية ، ولم نصـادف حالة واحدة بين جمـاعة المبحوثين على اختلافهم استطاعت حصر جميع الصحف الحزبيـة ويوم صدور كل منهـا مما يشـير الى ضعف مركز هذه الجرائد ايضـا فى مجتمع القرية ، ومع ذلك يمكن القول ان اسـماء جرائد الوفد والشعب والاهالى على الترتيب معروفة لدى نسبة غير قليلة تصل الى (٤٠٪) من جمـاعة المبحوثين القادرين على القراءة فى عينـة البحث .

بيد ان اللافت للنظر ، هو ذلك المركز المتصـاعد الذى تحتله جريدة الوفد ، وبالذات بعد صـدورها اليومى ، فقد أصبح مركز هذه الجريدة فى مجتمع القرية ينـافس مركز الصحف القومية مثل الاخبار ، الجمهـورية والاهرام ، ذات التاريخ الطويل فى مجتمع القرية ، وفى اطار ارتفـاع اسعار الصحف ، وانخفاض ظاهرة شراء الفرد لأكثر من جريدة واحدة ، كثـيرا ما يفاضل الفرد لحظة الشراء بين شراء جريدة الوفد او الجريدة القومية التى تعود شرائها ، وكثيرا ما يميل الى شراء جريدة الوفد فى اطار تنـوع موضوعاتها بعد ان اصبحت يومية ، وما تحمله من عنـاوين وانتقادات صارخة لممارسات الحكومة ، وانحرافات بعض المسـئولين ، على النحو الذى يستهوى القرويين ويشغلونه ، ولا تقوم به الصحف اليوميـة الاخرى ، ويدعم ذلك

انخفاض نسبة مرتجعات جريدة الوفد التى ترد الى موزع الصحف بالقرية حيث يصل حوالى (١٢٪) نسخة يوميا من الجريدة تباع جميعها يومى الاحد والخميس ، حيث يعقد سوق القرية) ولا يتجاوز حجم المرتجعات فى بقية أيام الاسبوع عدد يتراوح بين ٢٠ـ ٢٥ نسخة ، وكذلك اختفاء هذه الجريدة فى الساعات الاولى من الصباح عند ورودها الى القرية لدى حدوث ازمة أو احداث هامة كتغير الوزارة ، أو وقوع حادثة اغتيال أو اطلاق نار او حريق ضخم مثل الحريق الذى والتهم مبنى التليفزيون او فندق شيرتون المطار مؤخرا . فى هذه الاحوال يرتفع مركز الصحف الحزبية ، ويتزايد اقبال الافراد عليها بحثا عن اية معلومات تؤيد الاشاعات التى تتناقلها مصادر الاتصال الشخصى لمثل هذه الاحداث ، او ما يخالف الرواية الرسمية التى تتناقلها اجهزة الاعلام الحكومية ، ويظل الامر هكذا متى ظل الحدث ساخنا ثم ما تلبث الامور فى العودة الى سيرتها الطبيعية حيث يضعف مركز الصحف الحزبية ، ويعود مركز الصحف القومية الى وضعه الطبيعى والمعتاد باعتبارها الصحف الاكثر رواجا وانتشارا .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية المضامين المفضلة لديهم فى الجرائد التي يقراونها ، وتحدد السؤال على النحو التالى :

يا ترى ايه الموضوعات اللى بتحب تقراها دايما فى الجريدة اللى بتقراها ؟

وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل عن رواج ترديد الموضوعات التالية : الرياضة ، والاخبار الداخلية والخارجية ، والحوادث وجدول برامج الاذاعة والتليفزيون ، والوفيات ، ذلك لدى كافة الفئات المهنية والاجتماعية دون تمايزات الأمر الذى يعيد تأكيد ما سبق أن اشرنا اليه من قلة الوقت المستغرق فى قراءة الجريدة وتنامى نظرة التسلية الى الجرائد لدى القرويين عوضا عن النظرة التقليدية المعروفة لديهم عن الصحف باعتبارها اداة للتثقيف ومعرفة أخبار الدنيا وأحوال الحكومة . ويبدو أن لروتينية الاخبار التى تنشرها الصحف وركود الاحداث فى المجتمع بصفة عامة ، وانصراف جل مضمون الصحف عن مناقشة قضايا ومشاكل القرية المصرية له علاقة بهذا التغيير فى نظرة القرويين الى الصحف واسلوب تعاملهم معها .

وقد حاولنا التأكد من صحة هذه الحقائق مرة أخرى ، عندما جرى طرح السؤال الآتى على المبحوثين من القراء : **طب اول ما تمسك الجريدة متعود تقرا فيها ايه بسرعة وبعدين ايه بالتفصيل ؟** وهنا عاود المبحوثين على اختلافهم ، الحديث عن قراءة العناوين (المانشتات) بسرعة ثم قراءة اخبار الرياضة والجريمة بالتفصيل واللافت للنظر هنا غياب اية اشارة الى المقالات الافتتاحية او السياسية وكتاب الاعمدة الثابتة .

مما يشير الى تدنى المهمة التثقيفية او التوجيهية للصحف فى القرية المصرية .

ومع ذلك ، يبدو ان الصحف كاداة اتصالية قد استقرت كظاهرة اجتماعية فى حياة القرويين ، وقد تبدى ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : **هل الناس فى البلد ممكن ان تستغنى عن الجرائد ؟** حيث مالت النسبة الغالبة من جماعة القراء وبالذات فئات الموظفين والمهنيين وبعض الحرفيين الى التقى وتأكيد اهمية وجود الجرائد وعدم القدرة على الاستغناء عنها . ويبدو ان سبب تمسك هؤلاء الافراد بالصحف رغم فقدان مصداقيتها وتراجع مركزها الاتصالى بالمقارنة بالوسائل الاتصالية الاخرى يعود الى استفادة بعض الجماعات بالقرية من الصحف فى تدعيم قدراتها الاتصالية ، وخلق موضوعات للحوار مع الآخرين[١] . والظهور امام الآخرين بمظهر « العارف » و « المثقف » الذى يقرأ الجرائد ويحملها معه فضلا عن المهام الاخرى التى تقوم بها الصحف فى مجال الاعلان عن فرص العمل فى الداخل والخارج خصوصا مع تزايد البطالة ، وفى التسلية وتضييع الوقت ومعرفة مجريات الأمور فى الدولة بصفة عامة حتى من قبيل الفرجة والالمام بالشىء بصرف النظر عن مدى مصداقيته او جديته .

٤ — اشرطة التسجيل :

بدأ ظهور اجهزة التسجيل فى القرية المصرية بصورة ملحوظة منذ النصف الثانى من حقبتى السبعينيات معتد امى نطاق ظاهرة الهجرة المؤقتة للقرويين للعمل بالدول العربية المجاورة بالذات الى ليبيا والعراق والأردن وغيرها ، حيث كان يحرص البعض وبالذات جماعة الفلاحين والحرفيين على شراء جهاز تسجيل عند عودة كل منهم من الخارج ، وقد تزايد انتشار هذه الاجهزة ورواجها بعد ذلك فى القرية المصرية بعد اتساع نطاق ظاهرة الهجرة والانفتاح والرواج المادى بالقرية حتى اصبحت اليوم احد معالم مكونات بنية الاتصال الهامة بالقرية المصرية .

وقد اقر الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٥٥٪) من اجمالى افراد

---

(١) تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة هنا ان الصحف تلعب بالذات الدور الاساسى فى تغذية انماط الاتصال الشخصى بالمعلومات ، حيث كثيرا ما يستعين الأفراد من جماعة قراء الصحف فى ابداء وجهة نظرهم فى القضايا والمشكلات المختلفة بما قد تطرحه الصحف من مواقف وتصورات بصرف النظر عن مدى اقتناع الافراد بها ، وهو الأمر الذى ينبغى ان يأخذ فى الحسبان عند مناقشة تأثير أدوات الاتصال وتحديد مركز وفاعلية كل اداة فى النظام الاتصالى بالقرية .

العينـــة البالغ عـــددهم (٢٠٠) مبحوثا بحيازتهم لأجهزة التسجيل ومع ذلك : فان نسبة التعود أو الانتظام فى سماع شرائط هـــذه الاجهزة تبـــدو منخفضة نسبيا بالنظر الى حداثة هذه الاجهزة من جهـــة ، والارتفاع النسبى فى نفقات تشغيلها بسبب ارتفاع اسعار الشرائط من جهـــة أخرى ، ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة :

جـــدول رقم (٩)

(درجة تعود القرويين على سماع شرائط التسجيل)

درجة التعود	العـــدد	٪
دائمــــــا	٧٠	٣٥
احيـــــانا	١٢٠	٦٠
لا يسمعها	١٠	٥
المجمـــــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتكشف البيانات أن (٣٥٪) فقط من اجمـــالى المبحوثين اقر بتعوده على ســـماع شرائط التســـجيل بانتظام . فى حين ان النســـبة الغالبة (٦٠٪) اوضحت انهـــا تستمع الى هـــذه الشرائط بصورة غـــير منتظمة او احيانا . ولم تتجاوز نســـبة من لا يستمع الى هذه الشرائط على الاطلاق (٥٪) من اجمـــالى المبحوثين وقد ارجعوا ذلك الى اسباب تعود الى عدم حيازة جهاز تســـجيل أو عدم التعود ... الخ .

وكان من الطبيعى ان نعاود التثبت من معدلات تعرض المبحوثين لاجهزة التسجيل ازاء اقرار الغالبية (٦٠٪) باستماعها الى هذه الاجهزة بصورة غير منتظمـــة « احيـــانا » على النحو الســـابق ، ولذا طرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى آخـــر مرة استمعت فيهـــا لشرائـــط التسجيل كانت امتى ؟** وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التســـاؤل عن انخفاض معدلات التعرض اليومى أو المنتظم لأجهزة التســـجيل ، فقد اختفت تماما نسبة من اشـــار الى « اليوم » اى يوم اجراء الحوار ذاته ، ولم تتجاوز نسبة من اشار الى « اميـــرح » (٢٥٪) من اجمـــالى المبحوثين ، واظهرت بقية الاستجابات مدة زمنيـــة اطول تراوحت بين « من يومين ثلاثة » « واسبوع » واكثر من اسبوع و « شـــهر » ممـــا يؤكد انخفاض معدلات التعرض اليومى أو المنتظم لاجهزة التســـجيل .

وتكشف المشاهـــدات الواقعية لمسلك القرويين فى التعامل مع اجهـــزة

التســجيل أن للتمايزات الاجتمــاعية والمهنية علاقة مباشرة بمعدلات التعرض المنتظم لهذه الوســيلة الاتصالية فالشــباب أكثر انتظاما فى التعرض لأجهزة التســجيل من متوســطى وكبــار السن ، كما أن النساء وبالذات ربات البيوت أكثر من الرجال اقبالا على سماع أشرطة التسجيل كذلك ، فإن جمــاعة الحرفيين والعمــال والتجار تعد من أكثر الفئــات المهنيــة انتظاما فى سماع أشرطة التســجيل وهكذا .

وفى محاولة للتعرف على مــدى ارتباط القرويين بأجهزة التسجيل أو حاجتهم إليهــا ، توجهنــا الى المبحوثين بالســؤال الآتى : **لو قعدت فترة طويلة ما تسمعش فيها لشرائط التسجيل يا ترى تشــعر بحاجة ؟** ويكشف الجدول التــالى عن نتــائج استجابات المبحوثين اللفظيــة على هــذا التســاؤل :

جــدول رقم (١٠)

« نتــائج عــدم استماع القرويين لأجهزة التسجيل مدة طويلة »

النتيجـــة	العــدد	٪
اشــعر بملل	٦٠	٣٠
ولا حاجة عــادى	١٤٠	٧٠
المجمــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتوضــح بيــانات الجدول أن نسبة لم تتجاوز (٣٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين ، هى التى اكدت شــدة ارتباطها بأجهزة التســجيل ولذلك فهى تشعر «بملل» فى حالة انقطاعها عن ســماع هذه الاجهزة لفترة طويلة ، وهو أمر يؤكد من ناحية دقة البيانات الســابقة التى اشرنا اليها من قبــل حول انخفاض معدلات التعرض المنتظم لأجهزة التســجيل فى القرية ، ومن ناحيــة أخرى الى الدور الترفيهى الذى تلعبه هــذه الاجهزة فى حياة القرويين من ناحية أخرى ، فى حين أوضحت الغالبية العظمى (٧٠٪) من اجمــالى المبحوثين ان عدم اســتماعها الى اجهزة التسجيل مدة طويلة لا يعنى شيئا «ولا حاجة عــادى» . ذلك ان اجهزة التســجيل ترتبط فى إذهان هؤلاء الافراد بأنهــا أداة للترفيه والمتعــة وســماع الاغانى والمواويل وقصــائد المديح والقرآن الكريم ، ولمــا كان الفرد منهم يســتطيع الاستماع الى بعض هذه الاشياء من وســائل أخرى كالراديو مثلا أو أن هذه المضــامين لا تلبى لهم حاجة فعلية فى اطار انهماكهم فى تدبير قوت يومهم ، فان عدم الاستماع الى أجهزة التسجيل

لا يجعل الفرد منهم يشعر بأن شيئا ينقصه وهو المعنى الذى عبر عنه بعض المبحوثين بقولهم « حد فايق يا استاذ للمسجلات » .

والاستماع الى شرائط التسجيل نشاط يمارسه الفرد فى اماكن متعددة يأتى على راسها البيوت ، وذلك بسبب يعود الى ارتفاع معدلات حيازة الافراد لأجهزة التسجيل ويلى ذلك ، محلات البقالة والحياكة ، والمقهى التى عادة ما يترك اصحابها اجهزة التسجيل تعمل بها طوال اليوم وبصوت مرتفع نسبيا ، ثم فى المواصلات ووسائل النقل حيث يحرص السائقون على تركيب جهاز تسجيل فى المركبة التى يعملون عليها مع حيازة كمية كثيرة ومتنوعة من الشرائط « لزوم التسلية فى الطريق » على حد وصف احد المبحوثين واخيرا لدى الجيران .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين بعد ذلك للتعرف على نوعية الشرائط المفضلة لديهم ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى ، **تقدر تقولى اسماء الشرائط اللى بتفضل دايما تسمعها ؟** ووفقا لاستجابات المبحوثين على هذا التساؤل ، تأتى شرائط الاغانى فى المرتبة الاولى « ام كلثوم ، محمد عبد الوهاب عبد الحليم حافظ ، نجاة — فايزة على الترتيب » ويلى ذلك فى المرتبة التالية الشرائط الدينية ويأتى على راسها شرائط القرآن الكريم وبالذات شرائط الشيخ الطبلاوى ، وعبد الباسط ، وشرائط الشيخ كشك ، والمديح النبوى ، وفى المرتبة الثالثة تأتى شرائط المواويل الشعبية التى تحكى قصص وحكايات شعبية بأسلوب انشادى واللافت للنظر هنا ان بعض المبحوثين وبالذات جماعة الحرفيين قد تحاشوا امامنا ترديد اسماء شرائط مثل عدوية ، وحسن الاسمر ، وعبد العمدة ، وعلى حميدة « لولاكى » وهى نوعية من الشرائط تتميز بالميوعة والخلاعة ، رغم كثرة وتكرار استخدامها بطريقة يلمسها بوضوح اى متجول فى شوارع القرية ، الامر الذى يشير الى الدور البالغ الذى اصبحت تلعبه هذه الشرائط فى الثقافة المحلية واهمية اجراء تحليل لمضمونها .

٥ — الفيديو :

ع - بدا الفيديو يظهر بصورة ملحوظة فى القرية المصرية فى اواخر السبعينيات ومطلع الثمانينيات ، وقد اقتصر ظهوره فى البداية على عدد محدود من المقاهى التى سعت الى زيادة عدد روادها الذى انخفض بشكل ملحوظ نتيجة انتشار اجهزة التليفزيون فى البيوت وذلك من خلال عرض الافلام والفلمات تلك المتعلقة بالعنف والجنس التى تستهوى جماعة الشباب وخصوصا فئات الحرفيين والطلبة ، ثم اخذت هذه الاجهزة فى الانتشار خلال حقبة الثمانينيات نتيجة لعمليات الهجرة والانفتاح التى بدأت آثارها تظهر بوضوح

فى القرية المصرية خلال هذه الحقبة واصبح حيازة جهاز الفيديو مظهر من مظاهر المكانة والتفاخر بالقرية .

وتوضح بيانات الحصر الشامل لعدد حائزى جهاز الفيديو بقرية «تطاى» عن وجود ما يقرب من (٣٠) جهاز فيديو بالقرية يمتلكها الافراد . تلاحظ أن غالبيتهم من جماعة الموظفين والمهنيين والحرفيين الذين عملوا بالخارج . بيد أن اثر هذه الاجهزة لا يتحدد فقط فى عدد حائزيها او حتى أسرهم ولكن يمتد ليشمل قطاع أوسع حيث عادة ما تأخذ المشاهدة هنا طابعا جماعيا ، حيث يتم دعوة الاقارب والاصدقاء والجيران للمشاهدة الجماعية للفيلم ، بل ان الملاحظة الجديرة بالاشارة هنا ، هو أن بعض حائزى هذه الأجهزة لديهم جهاز للارسال « هوائى » يتيح نقل الفيلم المعروض بالفيديو الى أجهزة الاستقبال التليفزيونى فى البيوت الاخرى المجاورة وفى دائرة غير قليلة من المنطقة الواقع فيها جهاز الفيديو المرسل وبهذه الطريقة أمكن حل مشكلة اسعار شرائط الفيديو حيث كثيرا ما يتم الاتفاق بين أهل المنطقة على الاشتراك فى دفع نفقات شراء شرائط الفيديو الجديدة مقابل استمتاعهم بالمشاهدة وهم جلوس فى بيوتهم ، ويتولى ادارة هذه العملية وجمع الاشتراكات صاحب جهاز الفيديو المرسل ويحقق من وراء هذه العملية فائضا ماليا مربحا .

وقد ارتبطت الصورة الذهنية لدى القرويين بالفيديو بالطريقة التى تم بها ادخال الفيديو الى القرية وبالذات طريقة استخدامه فى المقاهى حيث كان يكثر عرض أفلام العنف والجنس ومن هنا ينظر الكثير من القرويين الى الفيديو على أنه جهاز « للفرفشة » « والمتعة » ويتبين ذلك بوضوح فى تحرج البعض وبالذات النساء عند الحديث معهم حول مدى حيازتهم لجهاز الفيديو « يا عم الفيديو ده كلام فاضى » ، « هو احنا بتوع فيديو برده » ، « حد رايق للفيديو » « الفيديو له ناسه » « النسوان عينها بقت جامدة وبتحب تتفرج على الفيديو » « والله الفيديو ده حرام » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن عمق النظرة الترويحية والخارجة لدى القرويين عن الفيديو .

ويظهر الحوار مع المبحوثين من افراد العينة حول مدى تعودهم على مشاهدة الفيديو عن انخفاض نسبى فى معدلات التعود على مشاهدة الفيديو بين القرويين ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة .

جـدول رقـم (١١)

« درجة تعـود القرويين على مشاهدة الفيديو »

درجة التعـود	العـدد	٪
دائمـا	١٠	٥
احيـانا	٧٠	٣٥
لا	١٢٠	٦٠
المجمـوع	٢٠٠	٪١٠٠

وتشير بيانات الجدول ان (٥٪) فقط من اجمـالى المبحوثين هى التى تشـاهد الفيديو بصـورة دائمة ومتعمقة ، وان (٣٥ ٪) تشاهد الفيديو من حين لآخر او « حسـب وقت الفراغ والظروف » فى حين أن (٦٠٪) من اجمـالى افراد العينة قررت بأنها لا تشـاهد الفيديو . بيد أن اللافت للنظر عند تعميق الحوار مع هؤلاء الأفراد حول اسباب عـدم مشـاهدتهم للفيديو هو ميل الجانب الاكبر منهم الى الحديث عن ضيق الوقت وعـدم الفراغ ، بمـا يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا ما توافر هذا الوقت ، رغم حديث بعضـهم السابق حو لتحريم وابتذال الفيـديو ورواده ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى موقف هؤلاء ازاء الفيـديو ، وهى الازدواجية التى يبدو انها تسـيطر على سلوك وتصرفات القرويين فى الكثير من مناحى الحيـاة فى الوقت الراهن .

وقد اتجه الحـوار مع جمـاعة المبحوثين الذين اقروا بمشـاهدتهم الفيديو والبالغ عـددهم (٨٠) مبحوثا للتثبت من معدلات تعرضهم للفيديو ، وطرحنـا عليهم السـؤال الآتى : **يا ترى آخر مرة تفرجت فيها على الفيديو كانت امتى ؟** حيث مالت النسبة الغالبـة من هـؤلاء المبحوثين الى ترديد عبارات من قبيل « من يومين ثلاثة » « من عشرة أيام » ، « من شـهر » « مش فاكر والله » ، ولم تظهر بين استجابات المبحوثين من اشـار الى « اليـوم » او « امس » ، الامر الذى يشـير الى انخفاض معدلات التعود على مشـاهدة الفيديو وارتباط هذه المشـاهدة بتوافر اشرطة الفيـديو من ناحية والوقت المتاح للفرد من ناحية اخـرى .

ومشـاهدة الفيديو نشـاط أصـبح يمارسه القرويون فى أماكن متعددة فى البيوت ، ولدى الاصـدقاء والجيران وفى المقهى ومع أن المشاهدة تتم فى اطار جمعى كمـا اشرنا من قبل الا أن الجميع يجلسون ، وأيديهم لا تخلو من

اكياس اللب والسوداني « لزوم القعدة والتسلية » وعيونهم مشدودة الى شاشة التليفزيون ، حيث لا تتم مناقشة مضمون الوقائع واحداث المشاهدة بينهم باستثناء بعض الضحكات والنكات التى تظهر بين الحين والآخر من بعض الجلوس وبالذات الرجال حول بعض المشاهد الخارجة وبالذات تلك المرتبطة منها بالعلاقة بين المراة والرجل .

وقد أظهر المبحوثون قدرة واضحة على تذكر وقائع آخر الافلام التى شاهدوها على الفيديو ، حينما وجهنا اليهم السؤال الآتى : **تقدر تقولى آخر مرة تفرجت فيها على الفيديو كانت بتتكلم عن ايه ؟** ومع ذلك فقد تدنت هذه القدرة الى حد كبير حينما طلب منهم تذكر أسماء هذه الافلام أو ممثليها . واكتفى المبحوث برواية ملخص للقصة مما يشير الى ارتفاع درجة انتباه المبحوثين وحرصهم الشديد على متابعة وقائع ما يشاهدونه من أفلام وتأثير ذلك على تصوراتهم ورؤيتهم للعالم المحيط بهم ومن ثم على تصرفاتهم فى مجرى الحياة اليومية .

كما أظهر المبحوثون ميلا واضحا لتفضيل الافلام الهندية عندما طرح عليهم السؤال الآتى : **يا ترى ايه اللى بتحب تتفرج عليه فى الفيديو أكثر ؟** ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٢)
« تفضيل القرويين لأفلام الفيديو »

نوع التفضيل	العدد	٪
افلام مصرية	٢٠	٢٥ر٠
افلام هندية	٥٥	٦٨ر٧٥
افلام اجنبية	٥	٦ر٢٥
المجموع	٨٠	١٠٠٪

وواضح من بيانات الجدول ان الغالبية العظمى من المبحوثين الذين اقروا بمشاهدتهم للفيديو بنسبة (٦٨ر٧٥٪) يفضلون مشاهدة الافلام الهندية ذات الطابع التجارى ، والتى يغلب عليها طابع العنف ، والرقص والاغانى ، وصور البطل الخارق والمعجزة الذى يحارب الظلم ويحاول نصرة المحق وغيرها ، وهى أمور تستهوى المشاهدين فى اطار الثقافة الشعبية السائدة وضغوط الحياة التى يعيش فى اطارها الجانب الاكبر من

القرويين فى حين مالت نسبة لم تتجاوز (٢٥٪) من اجمالى المبحوثين المشاهدين للفيديو الى تأكيد تفضيلها لمشاهدة الافلام المصرية ، حيث تحظى افلام « اسماعيل يس » المقتمة ، وكذلك افلام « عادل امام » الذى يغلب عليها الطابع الكوميدى بأفضلية خاصة على غيرها من الافلام المصرية . وتدنت الى حد كبير نسبة تفضيل مشاهدة الافلام الاجنبية ، ولم تتجاوز (٦ر٢٥٪) من اجمالى الافلام المفضلة ، وتحددت أساسا فى سلسلة افلام « جيمس بوند » و « الفك المفترس » و « برسلى » على النحو الوارد فى استجابات المبحوثين الذين اقروا بتفضيل مشاهدتهم للأفلام الاجنبية . وأيا كان الامر . فان هذه الافلام ، كما هو الحال فى شرائط التسجيل فى حاجة الى تحليل للمضمون للتعرف على نوعية التصورات والقيم التى تروجها بين القرويين .

٦ — مكبرات الصوت :

يعد مكبر الصوت من اهم وابرز مكونات بنية الاتصال بالقرية المصرية، حيث لا يقتصر دوره فقط على مجرد تضخيم الصوت البشرى وتوصيله الى دائرة واسعة لأهالى المنطقة أو الجهة التى يعمل فيها ، ولكن ايضا تستخدمه قنوات الاتصال الأخرى بالقرية لنشر وتضخيم مضمونها ليسمعه قطاع واسع من الجمهور كان سيحرم من هذا المضمون بدون مكبر الصوت. فكثيرا ما يركب جهاز التسجيل على مكبر الصوت لينتقل المضمون الى قطاع واسع من البيوت دون مشقة أو جهد أو حاجة الى امتلاك جهاز التسجيل ، كما يحدث هذا مع جهاز الراديو وبالذات فى نقل شعائر الصلاة أو رفع الأذان أو الاغانى من الراديو ... الخ . كما تستخدمه قنوات الاتصال الشخصى الرسمية وغير الرسمية فى توصيل ما تريد الى الجمهور الواسع فى سهولة ويسر ، باختصار ، يعد مكبر الصوت بمثابة اذاعة محلية داخلية لها دورها فى نقل وترويج المعلومات والاخبار داخل القرية .

وقد اقتصر استخدام مكبر الصوت منذ بداية عهده بالقرية المصرية ، على احياء مناسبات الوفاة والموالد « المعزه » والموالد « ليالى المشايخ » والافراح التى تحييها كبار العائلات فى القرية بمناسبة الزواج أو الميلاد وغيرها حيث يتولى احد الأفراد المتعهدين بتجهيز مكان احياء المناسبة بالتوصيلات الكهربائية وبماكينة توليد الكهرباء ولمبات النيون ، ومكبرات الصوت التى تقام على اسطح المنازل المجاورة لمكان المناسبة ، وذلك فى مقابل اجر متفق عليه .

وفى قرية « تطاى » تولت احدى الاسر وهى اسرة « سليمان الباجورى » منذ أواخر الخمسينيات ادارة هذه العملية حيث يتوافر لديها عدد «٣» مكبر

صـــوت بمشتملاتها « الهورن + الميكروفون » وماكينة توليــد الكهرباء فضلا عن متطلبـــات احياء المناسبة الاخـــرى وحاليا ، تعلن هذه الاسرة فى مقدمة كل حفـــل عن شركة « أولاد ســـــليمان الباجورى لمكبرات الصوت » ، حيث أصبحت تمتلك عـــدد (٤) مكبر صوت و (٣) ماكينـــة توليـــد الكهرباء تستخدم فى احيـــاء المناسبات المختلفة سواء بالقرية أو القرى والعزب المجـــاورة ؛ ومنذ مطلع الثمانينيـــات تزايد انتشـــار اجهزة مكبرات الصوت حيث اتجهت بعض المســـاجد لشراء هذه الاجهزة واصبحت واحـــــدة من اهم محتويات المسجد ، ويبلغ عـــدد المساجد التى ادخل فيها مكبر الصوت بالقرية ثلاثة مســـاجد .

وتستخدم مكبرات الصوت الموجـــودة بالمساجد الثلاثة وبالذات مكبـــر الصوت الموجود بالجامع الكبير (وهو اكبر مسجد بالقرية ويقع فى وسطهـــا تماما) بالاضافة الى رفع الآذان فى مواقيتهـــا ، وتنقل شعائر الصلاة وبالذات خطبة الجمعة فى اذاعة الأخبار والأحداث الهامة التى تقع فى البلد ، مثل الاعلان عن وفاة احد الأشخاص ، وموعد تشييع الجنازة ، او غياب احـــد الأطفال او فقدان بعض الأشياء كالنقود او المواشى .. الخ . وفى الحالة الاخيرة بالذات يضطر المعلن الى دفع بعض النقود الى عامل المسجد نظير فتح الميكروفون له ، كما تستخدمهـــا الجهات المسئولة بالقـــرية مثل ادارة الكهرباء او الجمعيـــة التعاونية الزراعية أو مسئول بنك القرية ، او دوار العمدة والداخلية او الوحدة الصحيـــة ومسئول الحزب الوطنى .. الخ فى اذاعة التعليمـــات والنصائح والارشادات التى تريد توصيلهـــا الى اهالى البلد . واللافت للنظر ، انه فور فتح الميكروفون والتمهيد للاذاعة من خـــلال مكبر الصوت (يا ناس يا اهالى البلد ..) فان جميع الافراد من مختلف الفئات يتوقفون عن العمل او يخفضون من أصوات أجهزة الاتصال الاخـــرى توقعا منهم لسماع أحـــداث هامة تتصل مباشرة بأمور حياتهم المعيشية ، مما يشير الى الدور الهام الذى إصبحت تلعبه مكبرات الصوت كأحد اعمدة مكونات بناء الاتصال فى القرية التى يمكن استخدامها بكفاءة فى احداث التغيير بالقرية المصرية .

ويتضح الدور البالغ الذى يلعبـــه مكبر الصوت فى القرية يوم الجمعـــة اثناء نقل شعائر الصـــلاة وبالذات خطبة الجمعـــة حيث يمكن لقطاع كبير من اهالى القرية خصوصا النســاء ، وبعض الأفراد الذين تحول ظروفهم من التوجه لأداء الصـــلاة بالمسجد من سماع الخطبة ومتابعتها عن بعد مما يحقق لهـــذه الفئات اشباعا نفسيا ودينيا كبيرا .

وقد راجت فى الأونة الأخيرة فى القرية انتشار اجهزة مكبرات الصوت اليدوية الصغيرة التى تعمل بالبطارية (الحجارة) لدى بعض التجار والباعة الجائلين الذين يستخدمون هذه الاجهزة فى الاعلان عن بضاعتهم وتوجيه الانتباه اليهم خلال عمليات البيع والشراء فى سوق القرية أو حتى التجول فى شوارع

القرية بواسطة احدى العربات للاعلان عن بيع الأقمشة او الفراخ أو شراء الخـــردة .

وقد اتجهت فى حوارى مع المبحوثين من أفراد العينة للوقوف على وجهة نظرهم فى قضية استخدام مكبرات الصوت فى المساجد وطرحت عليهم السؤال الآتى : **ياترى انت مع اباحة او تحريم استخدام مكبرات الصوت فى المسجد ؟** وهى القضية التى طرحت على صـــــفحات الجرائد فى الاونة الاخــيرة والتى انقسمت بشأنها الآراء بين مؤيد لهذا الاستخدام ومعارض له بسبب الازعاج الذى تسببـــه وتداخـــل اصواتها نتيجة لكثرتهـــا . وكان اللافت للنظـــر فى استجابات الجانب الاكبر من المبحوثين اللفظية هو رد الفعـــل الفورى الذى يمتزج بالاستهجان والاستغراب من طرح مثل هذا التساؤل (دى حاجة بتاع ربنا ، ليه هـــو الأذان حرام ، حرام ليه دى حاجـــة فى الخير ، المؤذن له قد صوته فى الجنـــة ، دا تشكيك فى الدين ، يا عم بلاش الكلام ده) الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تأييـــد واضح من جانب القرويين لاستخدام مكبرات الصوت فى المساجد ، وعمق نظرتهم الدينية الى هذا الموضوع ، وعدم استعدادهم لتفهـــم أو مناقشة اية دعاوى قد تثار حول الاذعاج والشوشرة وغيرها من الدعاوى التى يقدمها انصار تحريم استخدام هذه المكبرات فى المساجد

ومع ذلك ، فقـــد اظهـــر بعض المبحوثين (١٥٪) عـــدم رضائهم عن استخدام مكبرات الصوت فى المساجد فى غير الأغراض الدينية بالقرية ، وهى قضية ما زالت موضع خلاف . حيث كثيرا ما يصدر امام المسجد تعليماته الى عمال المســـجد بعـــدم تشغيل الميكروفون فى غير مواقيت الصلاة ولأغراضها باستثناء الاعلان عن حالات الوفاة ، ثم يعود فيتراجع مع عمال المسجد تحت ضغط اصحاب السلطة والنفوذ من أهل المصلحة لاستخدام ميكروفون المسجد فى غير الأغراض الدينية .

٧ ــ التليفـــــون :

اقتصر تواجد التليفون فى قرية البحث خلال حقبة الخمسينيات على دوار العمدة ، وهو التليفون الوحيد الذى كان يتم من خلاله تلقى التعليمات التى يراد ابلاغها الى الأهالى سواء من مركز السلطة أو من الجهات الحكوميـــة الاخرى او حينما يراد ابلاغ مركز السلطة الذى تتبعه القرية بما يقع من حوادث وغيرها . وخلال حقبة الستينيات ارتفع تواجد التليفون بالقرية ليصل عددها خمســـة خطوط حينما اتجهت بعض العائلات وبالذات عائلات كبار التجار واصحاب عربات النقل الثقيل لادخال التليفون لمراقبة أسعار السلع واخبار العربات .

وفى مطلع الثمانينيات ، انشىء سنترال بقرية الجعفرية الملاصقة لقـــرية « تطاى » . وفى عام ١٩٨٥ ، أعلن عن فتح باب التقديم لتركيب خطوط تليفون

بالمنازل للأفراد . ومع أن الغالبية العظمى من الافراد لم تكن فى حاجة الى مثل هذه الوسيلة الاتصالية الا ان سماعهم عن أزمة التليفون المستحكمة فى القاهرة والمدن المجاورة . وحث زويهـم المقيمين بهذه المدن لتركيب التليفون حتى يمكن نقله بعد ذلك الى مناطق اقامتهم بالمدن ، دفع الكثير من الأفراد الى تقديم طلبات تركيب التليفون مقابل دفع مقدم الطلب البالغ انذاك خمسون جنيها . وفى مطلع عام ١٩٨٧ ، بدأت هيئة التليفون فى تركيب الدفعة الأولى من الطلبات والتى بلغت خمسون خطـا بالقرية وتلى ذلك المرحلة الثانية حيث بلغ عدد خطوط التليفون بالقرية (٣٢٠) خطا حتى فبراير ١٩٩٠

ويستطيع اصحاب هذه التليفونات الاتصال ببعضهم البعض داخل القرية مباشرة او بمركز السنطة الذى تتبعه القرية ، أما بقية المدن الأخرى مثل مدينة طنطا او القاهرة ، فان الامر يتطلب الاتصال بالسنترال وطلب الرقم المرغوب ، ويعبر الكثير من الأفـراد عن استعدادهم للاشتراك فى الترنك فور ادخاله فى سنترال القرية حتى يمكنهم الاتصال المباشر بالجهات المختلفة رغم عدم وجود حاجة ملحة واساسية تدفعهم الى ذلك .

وتقتصر ارقام تليفون القرية على (ثلاثة) ارقام تبدأ بالرقم (٣) ولا يوجد لدى الجانب الاكبر من الافراد أية دليل بأرقام تليفونات الآخرين بالقرية، باستثناء عدد محدود من الأفراد وبالذات جماعة الموظفين ، الذين حرصوا على التوجه الى السنترال ونقلوا بأيديهـم أرقام تليفونات من يرغبون فى الاتصال بهم من أهل القرية أو مدينة السنطة ، مما يشير الى انعدام فاعلية هذه التليفونات فى تداول المعلومات بين الافراد بعضهم البعض فى القرية ، وباسـتثناء بعض الاتصالات المحدودة التى تقع بين الحين والآخر ، من الاقارب المقيمين خارج القرية سواء فى المدن المجاورة او مدينة القاهرة أو العكس فان هذه التليفونات تظل صامتة طوال اليوم واحيانا لأيام طويلة . ومن هنا يندر ان يقوم أحد من أصحـاب التليفونات بالقـرية ، باستثناء الذين يستخدمون التليفون كثيرا فى اتصالاتهم الداخلية والخارجية لمتابعة الأسعار ، دفع اية مبالغ مالية اضافية زيادة عن الاشتراك السنوى المعتاد لهيئة التليفونات نتيجة زيادة المكالمات عن حد الاعفاء الذى تقرره الهيئة .

ويبلغ عدد المبحوثين الذين اقروا بوجود تليفون لديهم من اعضاء العينة (ستة) أفراد وقد دار الحوار معهـم حول دواعى حيازتهم لجهاز التليفون ، والمجالات التى يستخدمونه فيها . وقد مال هؤلاء الأفراد وبلا استثناء الى ترديد استجابات مثل : « اهو فشخرة ومنظرة وخلاص » ، « ذى ذى غيرى » قلنـا « اهم خمسين جنيه ونبقى من أولاد الذوات » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تدنى حاجة هؤلاء الأفراد الى هذه الوسيلة الاتصالية ، واقتصار رؤيتهم لها باعتبارها وسيلة لاثبات المكانة ، والتظاهر ، واستخدام التليفون

فى المعاكسات والنكات والايقاع بالآخرين والتى باتت شكوى واضحة لدى الكثير من الأفراد حائزى التليفون بالقرية .

ثانيا : التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال :

اتيحت للباحث فرصة الاطلاع على كم هائل من الدراسات والبحوث الاعلامية فى القرية المصرية بلغ (٨٠) بحثا ودراسة ومن خلال الدراسة التقويمية التى أجراها على هذه البحوث لصالح احدى الهيئات القومية(١) . ظهر موقفان : **الأول** : يؤكد دور أدوات الاتصال الحديثة فى نشر المعارف والأخبار فى المناطق اريفية ويوضح كيف أدى تزايد تعرض القرويين لهذه الأدوات الى خروجهم من الاستغراق فى أمور حياتهم اليومية والمحلية وتزايد اهتمامهم بالقضايا والشئون القومية ، وظهور مد قومى واضح بين القرويين واتساع نطاق معارفهم بالمسائل القومية وتزايد تقبلهم للتجديدات والمستحدثات التكنولوجية الوافدة وتغير واضح فى اتجاهاتهم نحو العديد من الموضوعات والممارسات التقليدية .

اما الموقف **الثانى** : فيشكك فى نتائج دراسات أنصار الموقف الأول وينتقد بصفة عامة الاتجاه التضخيمى فى تأكيد تأثير أدوات الاتصال فى القرية المصرية . ويشير فى ذلك الى اثر الوسط الاجتماعى ، والعوامل الوسيطة الى تعوق تأثير هذه الادوات ومن بينها الثقافة السائدة ، وقد تبين لدينا من الدراسة المتعمقة خطأ كلا الموقفين فى دراسة وقياس التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال ليس فقط بسبب المعالجة المنهجية والاكتفاء فى معظم الأحوال بتطبيق استمارة الاستبار عديمة الفاعلية فى القرية المصرية ، ولكن أيضا بسبب النظرة الآنية والجزئية السائدة عند بحث ومناقشة هذه التأثيرات والتى فى اطارها يصعب الحديث عن الأثر البالغ الذى تحدثه أدوات الاتصال كما يشير انصار الموقف الأول ، كما يمكن قبول اعتراضات أنصار الموقف الثانى وحديثهم عن تأثير الوسط الاجتماعى والعوامل الوسيطة .. الخ مع صعوبة التسليم بعدم تأثير أدوات الاتصال والتى تؤيدها الأدلة والشواهد الميدانية .

من اجل ذلك اتجهت الدراسة الراهنة الى الاعتماد على الملاحظات الانثروبولوجية الميدانية ، والتى تسعى الى رصد وتتبع الأثر التراكمى والممتد الذى احدثته أدوات الاتصال على الثقافة المحلية بجوانبها المادية وغير المادية ، ووفقا لما توافر لدينا من بيانات ميدانية يمكن حصر مجالات التأثير التى احدثتها

---

(١) عبد الفتاح عبد النبى البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، دراسة قدمت فى اطار بحث الاعلام ومستقبل القرية المصرية الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ابريل ١٩٩٠ (تحت الطبع)

ادوات الاتصال السابق عرضها بالقرية فى ثلاثة مستويات اساسية هى :

مستوى مجتمع القــرية ككل ، ومستوى الأسرة ، والمستوى الفردى ، ونعرض فيما يلى لبيانات كل مستوى فيما يلى :—

التأثيرات فى مجتمع القــرية :

فى هذا المستوى . تشير المشاهدات الواقعية الى التأثير الواضح الذى احدثته ادوات الاتصال من راديو وتليفزيون وفيديو واجهزة تسجيل وتليفون فى الشكل المعمارى للقرية ، حيث ساهمت هذه الأجهزة فى دفع التغيير فى اتجاه اقامة البيوت ذات الطراز الحديث بالقرية ، فاعتماد هذه الاجهزة فى تشغيلها على الكهرباء . ورغبة القرويين فى حيازتها دفع الكثير من القرويين وبالذات مع فترة الرواج المادى التى واكبت الهجرة وتطبيق سياسة الانفتاح فى اتجاه ادخال الكهرباء لبيوتهم من اجل الرغبة فى مشاهدة التليفزيون ، وادى دخول الكهرباء بدوره الى اعادة التفكير فى شكل بناء البيت ليأخذ الطراز الحديث حيث يستخدم الطوب الاحمر والاعمدة والأسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدى المعروف حيث تقام البيوت بالطوب اللبنى وترصع بسعف النخيل حتى يستقيم الامر مع المتغير الجديد . والأخذ فى الاعتبار اماكن الوصلات الكهربائية لهذه الأجهزة واماكن وضعها واستخدامها عند وضع تصميم البيت او حتى تأثيثه .

على ان أبرز اشكال التأثير الملموسة لأجهزة الاتصال فى هذا المجال يتحدد بصورة واضحة فى اختفاء « المصطبة » وهى المكان المرتفع نسبيا عن سطح الأرض والملتحم بجدران بيوت القرويين التقليدية . والتى كانت بمثابة موقعــا مهما وخصبا يجتمع فيه اهل الدار والجيران للسمى والسهر وتبــادل الآراء والخبرات والحكايات .. الخ هذه المصطبة اختفت تماما حاليا حتى من البيوت التقليدية ولم تعد تحتل ادنى تفكير فى انشائها لدى بناء البيوت الجديدة او حتى التقليدية . وذلك بفعل تواجد ادوات الاتصال الحديثة وعلى رأسها التليفزيون حيث أدت هذه الوسيلة الاتصالية الى نقل الجلسة العائلية من امام الدار او المصطبة بالصورة التقليدية الى داخل البيت فى « المندرة » او « وسط الدار » لمشاهدة التليفزيون وهو احــد التغيرات الثقافية المادية الملموسة فى القرية المصرية والتى ترتبت على دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة . واللافت للنظر هنا ان اتجاه التأثير الثقافى الجديد يميل ناحية التفرد وفك الترابط واللقاءات الجماعية للأهل والجيران والتى كانت تميز لقاءات « المصطبة » واصبح اهل كل بيت يجلسون فى سهراتهم داخل بيتهم امام جهاز التليفزيون ولا علاقة لهــم بجيرانهم او بالآخرين وذلك فى اطار انتشار تواجد هذا الجهاز داخل كل بيت تقريبا فى القرية حاليــا .

والشكل المعمارى الآخــر ، الذى تأثر بشدة بفعــل دخول تكنولوجيا

الاتصال وبالذات مكبرات الصوت الى القرية ، هو المأذنة التى تشكل احد ملامح الطراز المعمارى الاسلامى فى بناء المساجد ، والمأذنة عبارة عن شكل اسطوانى يرتفع لعدة امتار فوق سطح المسجد ويتكون من عدة ادوار يمكن الصعود الى اعلاها من خلال سلم دائرى وفى قمة المأذنة يوجد الهلال الرمز الاسلامى المعروف ، وخلال مواقيت الصلاة الخمس كان المؤذن يصعد الى أعلى قمة المأذنة لرفع الاذان ويساعد ارتفاع المأذنة هنا على نقل صوته الى مسافة ابعد نسبيا يتيح للأفراد سماع صوت المؤذن والاقبال لأداء الصلاة ، ومع انتشار مكبرات الصوت واتجاه المساجد الى تركيب هذه المكبرات بها على النحو السابق الاشارة اليه ، فقدت المأذنة وظيفتها واهملت تماما . وفى المساجد التى تبنى حديثا ، لم تعد تأخذ فى الاعتبار ، حيث اصبح يتم الاكتفاء ببناء جسم المسجد دون المأذنة خفضا للتكاليف ، ولتوجيه المبالغ المادية لشراء اجهزة مكبرات الصوت ومشتملاتها ، ويوجد فى قرية البحث حاليا مسجدان حديثا النشئة ولا توجد بهما مأذنة ، مما يعطى فكرة عن درجة التأثر التى يتعرض لها هذ العنصر الثقافى المادى بفعل دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

ويمثل دوار العمدة احد المواقع الاتصالية الهامة التى تأثرت بشدة بدخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة الى القرية ، ومن المعروف ان دوار العمدة ، وهو فيزيقيا عبارة عن مكان متسع نسبيا ملحق ببيت عمدة القرية ، ومزود بأماكن للجلوس وغرفة جانبية يوضع بها التليفون . وتاريخيا كان يمثل هذا المكان احد اهم مواقع الاتصال بالقرية ، حيث تعقد الجلسات والسهرات ، وتدار المناقشات ، ويتم الاستماع الى الراديو اما حاليا ، فقد تلاشت وظيفة هذا المكان صحيح ان هذا التلاشى ، جاء بسبب ضعف نظام العمدية ، الا ان انتشار اجهزة الاتصال الحديثة فى بيوت القرويين ، ورواج المعلومات بصفة عامة فى القرية نتيجة اتساع حركة تنقلات القرويين من والى القرية ، قد افضى الى تقليص رواد دوار العمدة بطريقة يصعب مقارنتها عن ذى قبل ، بل أن المكان ذاته قد تقلص مساحيا ، ولم يعد يتعدى مساحة غرفة عادية يوضع بها التليفون يلتقى بداخلها غفر الترية لتوزيع المهام وامام هذه الغرفة « دكة » يجلس عليها العمدة أو ضيوفه ، والعمدة ذاته شخص عادى معين من قبل الداخلية بأجر رمزى يندر أن يقصده احد لحل مشكلة أو الحصول على معلومة كما كان الحال من قبل .

وفضلا عن تقلص مكانة دوار العمدة كأحد اهمموا‌قع الاتصال التقليدية بالقرية تقلص ايضا وبشكل مماثل دور المقهى كموقع لعقد اللقاءات واجراء الاتصالات ، وتبادل الآراء والمعلومات ، لقد كان المقهى تاريخيا فى القرية مكان يقصده الصفوة وأصحاب الراى والنفوذ وكبار الأغنياء ، وبعد قيام الثورة وضعف مركز الزعامة التقليدية بالقرية ، تزايد رواد المقهى بالقرية ليشمل فئات وطوائف عديدة متباينة الانتماءات الاجتماعية من ابناء القرية ، حيث يتجهون

الى المقهى ، وبالذات فى فترة المساء للسهر والسمر وتبادل الآراء والمعلومات وتناول المشروبات والتدخين ، والاستماع الى الراديو ، او مشاهدة التليفزيون بعد ان دخل الى القرية لأول مرة من خلال المقهى فى منتصف الستينيات ، وعندما بدات اجهزة الاتصال فى الانتشار فى بيوت القرويين فى حقبة السبعينيات وبالذات اجهزة التليفزيون والتسجيل ، اخذ رواد المقهى يتقلصون شيئا فشيئا لأن قطاعا كبيرا منهم فضل السهر فى البيت ومع الأهل والأصدقاء حول جهاز التليفزيون وبالذات بعد ارتفاع تكاليف الجلوس على المقهى ، بسبب ارتفاع أسعار المشروبات والمكيفات ولم تفلح محاولات بعض اصحاب المقاهى فى استعادة روادها بالكثافة المعهودة فى حقبتى الخمسينيات والستينيات من خلال ادخال اجهزة الفيديو ، حيث ظل الأمر مقتصرا على عدد من الشباب صغار السن ، خصوصا بعد حيازة جماعات عديدة بالقرية لهذه الأجهزة على النحو الذى عرضنا له من قبل . وتكشف البيانات الميدانية والحوارات مع عدد من اصحاب المقاهى بالقرية ان عدد رواد المقهى قد انخفض بمعدل الثلثين حاليا بالمقارنة بفترة السبعينيات والى ثلاثة ارباع بالمقارنة بفترة الستينيات ، وان الأمر يقتصر فى الوقت الحاضر على عدد من الرواد معتادى شرب الشيشة ولعب الطاولة قبل اى شىء آخر قد يتعلق بعقد الصفقات او تبادل الآراء والأخبار والحكايات كما كان الحال من قبل . ومن المؤكد ان هذا التغير فى مكانة ووظيفة المقهى كأحد اهم مواقع الاتصال التقليدية المعروفة بالقرية ، يعود فى جانبه الأكبر الى تأثير دخول وتغلغل تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية وايضا ، يسير هذا التأثير فى اتجاه التفرد وفك ترابط العلاقات الاجتماعية وتفتيت اتصال المشاركة بصفة عامة بالقرية لصالح الاتصال ذى الخط الواحد .

وعلى نفس المنوال يمكن ان نقرر ان مواقع اخرى للاتصال التقليدى فى القرية المصرية ، قد تقلص دورها ايضا وكان دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو واحد من العوامل الموضوعية العديدة التى ساهمت فى تقليص دورها ومن ذلك الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية او الوحدة الصحية باعتبارهما أماكن كان يرتادها القروى للحصول على المعلومات فى المجال الزراعى والصحى ، ثم تقلص مركزها بعد ان اصبح مالدى هذه الأماكن كجهات اتصال رسمية يصل الى القرويين عبر وسائل الاتصال ، وبالذات مكبرات الصوت ، كما اشرنا من قبل مما خفض من عدد رواد هذه الأماكن واقتصر هذا التردد حاليا على قضاء المصلحة المباشرة فقط .

ويبدو ان تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات اشرطة التسجيل قد اثرت وبشدة على الوان مختلفة من الفلكلور الشعبى ظلت تمارس فى القرية المصرية ، عبر مراحل التاريخ المختلفة ومن ذلك المواويل الشعبية ، حيث قضت اشرطة التسجيل الحديثة على مجالات الابداع الشعبى التلقائى فى هذه المواويل ، وأيضا حلقات الذكر والانشاد الدينى التى كانت تقام بصورة منتظمة فى بعض

البيوت لتبادل بين الأفراد (الحضرة) حتى أواخر الستينيات ، وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات . وبعد حلقة الذكر كان يجلس الأفراد لتبادل الآراء والمعلومات والخبرات .. الخ وقد اختفى هذا اللون من الاتصال حاليا . وحل محله استماع زواده إلى شرائط المديح النبوى ، وسماع القرآن الكريم . وقد أصبح من السهل حاليا الاســتغناء عن فرق الغنــاء والرقص والمطرب الشعبى لاحياء ليـــالى الأفراح والموالد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسبات .

على أن أبرز أشكال تأثير تكنولوجيا الاتصال وضوحا فى مجتمع القرية ، يتعلق باختفاء وظيفة « المنادى » ، لقد كان منادى القرية يقوم بدور مهم فى ابلاغ الاهالى بالأخبار والتعليمات فيتجول فى شوارع القرية منــاديا بصوت جهورى بضرورة التوجه الى صراف القرية لسداد الضرائب ، او الى الجمعية التعاونية لاستلام الحصص ، أو للاعلان عن قيام احد الجزارين بذبح ذبيحة جديدة أو فقد احد الأشياء ، أو مكان تجمع عمال الزراعة غدا واجورهم الى غيرها من الأمور الحياتية . وكان يوجد بالقرية أكثر من منادى واحد ، هم عادة من ذوى المكانة المتواضعة الذين يتكسبون من وراء هذا العمل ، حيث يتوجه اليهــم ذوو الحاجة للاتفاق معهم مقابل اجــر لترويج المعلومة التى يريدون توصيلها الى اهالى القرية . وقد ظلت مهمة المنادى هــذه كشكل من اشكال الاتصال قائمة بالقرية حتى أواخر حقبة السبعينيات ومطلع الثمانينيات . وبعد دخول وانتشار اجهزة مكبرات الصوت بالقرية وبالذات فى المساجد ، اختفى هذا الشكل الاتصالى ، وحل محله الاتصال من خلال مكبر الصوت بالشكل الذى اشرت اليه من قبل والجدير بالملاحظة هنا ، أن التغير الجديد لم يكن فى صالح فاعلية العملية الاتصالية ، حيث أن وظيفة المنــادى ، لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهورى ولكن فى اجــراء حوار مع الأهالى والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم حول مضمون ما يعلنه ، وهو ما لا يحدث حاليا مع الشكل الاتصالى الجديد مما يعيد تأكيد ماسبق أن اشرنا اليه من اتجاه التأثير ناحية تفتيت اتصال المشاركة التقليدية بالقرية .

واذا كانت انماط الاتصال التقليدية بالقرية قد تأثرت على هــذا النحو بفعل دخــول تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، فان جانبــا آخر من تأثير هــذه التكنولوجيا على مجتمع القرية يمكن تناوله ويتعلق بمجالات العمل والانتاجية ، واول ما يطالعنا فى هذا الجانب هو ما ردده بعض الكتاب والباحثين من تأثير دخــول ادوات الاتصال بالقرية وبالذات التليفزيون والفيــديو على انخفاض معدلات الانتــاج بالقرية والمؤشر فى ذلك ، هو انخفاض ساعات عمل الفلاح اليومى . فالفلاح كان يحرص على النوم مبكرا لكى يستيقظ مبكرا أيضا ، ليذهب الى الحقل ، اما بعد دخول الكهرباء واجهزة التليفزيون تغير هذا السلوك ، واصبح الفلاح لا ينام سوى فى ساعة متأخرة من الليل وبعــد انتهاء الارسال

التليفزيونى ، مما يترتب عليه كسل الفلاح وتقليص ساعات عمله .. الخ .

والواقع : ان الاعتماد على هـذا المؤشر للحكم على انخفاض انتاجية الفلاح يبدو مضللا الى حد كبير ، ذلك ان الامر لا يتحدد بمواعيد الاستيقاظ او النوم ، أو الذهاب الى الحقل .. الخ . ولكن بعـدد الساعات الفعلية التى يعمل فيها الفلاح بالحقل . فالفلاح الذى كان يستيقظ مبكرا ويذهب الى حقله مثلا كان يستنفد جزءا كبيرا من وقت الايلولة نائما تحت الشجرة . وهو ما قد لا يحدث حاليا . كما ان انخفاض الانتاجية أو زيادتها قد لا يرتبط فقط بعـدد ساعات العمل ، اذ ان دخـول الميكنة الزراعية واعتماد الفلاح عليها قد يفقد قيمة حساب عـدد ساعات العمل اليومى فى الحقل لقياس معدلات الانتاج . فالفلاح الذى كان يستغرق ساعات طويلة بل اياما فى رى حقـله او تذرية الغلال .. الخ اصبح يؤدى مثل هذه الأعمال فى ساعات محدودة بفعل ماكينات الرى وآلات التذرية الحديثة ، وهكذا . وكذلك فان انخفاض انتاجية الأرض الزراعية ، قد يعود الى عوامل لا علاقة لها بنشاط الفلاح ولكن بأمور قد تتصل بالقرية ، والسياسة الزراعية ، والهجرة ، واسعار الحاصلات . الخ واقصى ما يمكن ان نقرره فى هذا المجال وتؤيده الملاحظة الميدانية المباشرة ، هو أن بعض القرويين قد عدلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم واتصالاتهم لتتفق مع مواعيد بعض البرامج وبالذات مسلسلات التليفزيون أو المباريات الرياضية دون تأثير واضح فى ذلك المجال على حجم ومعدلات الانتاجية ونشاط العمل اليومى المعتاد حيث يعى القروى مصلحته جيدا ويضع قوته وقوت اولاده فى المحل الأول من اهتمامه بصرف النظر عن اية اعتبارات او اهتمامات أخرى قد تتعلق بالترفيه او المتعـة .. الخ . ويتبـدى ذلك بوضـوح فى حوارنا مـع المبحوثين من جماعة الفلاحين حينما طرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى انت شايف الناس النهاردة بتهتم بزراعـة ارضها زى زمان ولا لأ ؟** . وقد اجاب جميـع الأفراد وبلا استثناء بأنها تهتم واكثر من زمان . وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « هو الفلاح له هم النهاردة الا ارضه عشان يقدر ياكل وياكل عياله » ، « يابيه الدنيا غالية » ، « الفلاح بيشتغل بيده وسنانه ، بس الحكومة هى اللى نهبه الفلاح » ، « هات للفلاح أرض بس وهو يزرعها » ، « فين هى الأرض » ، « الفـلاح بيحمى الأرض بيده عشان تطلع حاجـة يأكلها » . الى غيرها من الاستجابات التلقائية التى تكشف عن حرص بالغ من جانب الفـلاح لزراعة ارضه وتعظيم انتاجه منها مع وعى كامل والم دفين من جانبهم بغلو الأسعار ونهب الحكومة لحصاد عملهم وهو ما يدفع بهم الى الهجرة أو البحث عن سلع تموينية اكثر رخصا وتدعمها الحكومة فى المدينة .

كذلك لم تظهر علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأحوال سوق العمل بالقرية ، الذى يشهد حاليا اختلالا واضحا يتمثل فى النقص الواضح فى العمالة الزراعية الناجم عن الهجرة الداخلية او الخارجية والحراك المهنى ،

حيث اتجه بعض الفلاحين الى العمل بمهن اخرى غير العمل الزراعى . وقد ترتب على ذلك ارتفاع ملحوظ فى اسعار العمالة الزراعية انعكست بالتالى فى تكلفة الانتاج وارتفاع اسعار الحاصلات الزراعية مما دفع بعض الفلاحين فى موسم جنى القطن الى ترك المحصول بلا جنى فى الحقل بسبب نقص العمالة وارتفاع اسعارها الى حدود غير معقولة .

ومن المؤكد أن ظروفا موضوعية اكثر فاعلية هى التى اثرت فى اختلال سوق العمل بالقرية ، مما دفع الكثير من الفلاحين للبحث عن مهن أخرى غير العمل الزراعى منها على سبيل المثال نقص المساحة الزراعية ، وتفتيت الحيازة وزيادة عددالسكان ، وعدم توازن السياسة الزراعية وتضاربها وبالذات فيما يتعلق بنظام الدورة الزراعية والتركيب المحصولى واسعار الحاصلات الزراعية والضرائب على الأطيان . الخ وهى العوامل التى اضعفت من قيمة العائد الزراعى وبالتالى فقدت الأرض الزراعية قيمتها . ومع ان المبحوثين اظهروا فى حوارهم معنا تمسكا شديدا بالأرض وبالعمل الزراعى على النحو المشار اليه آنفا ، الا ان ذلك كان من قبيل انعدام الحيلة وعدم وجود فرص عمل بديلة او الهجرة امامهم وبالتالى فان الأرض الزراعية والعمل الزراعى ، رغم ما يحيط به من مشكلات ، الا أنه مازال الملجأ الوحيد المتاح امامهم ، ويمكن التخلى عنه اذا ما اتيحت الفرصة للعمل بمهنة اخرى اضافية كأعمال الحراسة أو النظافة أو قيادة السيارات .. الخ وقد ظهر ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين من جماعة الفلاحين السؤال الآتى : **لو فيه فرص عمل اخرى كثيرة قدامك يا ترى تفضل تشتغل فى ايه احسن ؟** ومع أن الجانب الأكبر من المبحوثين فى استجاباتهم الفورية على هذا التساؤل قد مال الى تفضيل الاشتغال فى مهنة الفلاحة ورددوا فى ذلك استجابات مثل : « حشتغل فى ايه يعنى » ، « فرص عمل زى ايه » ، « الواحد بيشتغل فى المهنة اللى بينبهم فيها » ، « احنا قدمنا الا الفلاحة » .. الخ الا ان تعميق الحوار مع المبحوثين فى هذا المجال وطرح عدد من المتغيرات أمامهم مثل فرص العمل بالحكومة او الاعمال الحرفية ، أو التجارة او السفر بره ، وفى اى حاجة تكسب اظهر ميلا واضحا لتفضيل الاستجابة للعمل فى « اى حاجة تكسب » لمواجهة الغلاء وارتفاع الأسعار وتدبير قوت الأولاد ونفقاتهم المتزايدة .

وايا كان الامر ، وفى اطار الظروف الموضوعية التى تدفع القروى لقبول العمل فى اى مهنة تكسب ، فان اقصى ما يمكن اقراره حول تأثير اجهزة الاتصال وبالذات التليفزيون فى هذا المجال ، هو تشجيع الاتجاه نحو هذا القبول بين القرويين ، حيث تلعب المسلسلات والأفلام التليفزيونية ، التى يكثر الاقبال عليها على النحو الذى اشرنا اليه من قبل ، دورا تدعيميا كبيرا فى هذا المجال .

وقد تبين ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى :

يا ترى التليفزيون والراديو لما بيتكلموا عن العمل والشغل بيقولوا ايه ؟ ومع ان جانبا كبيرا من الأفراد وغالبيتهم من الفلاحين ، لم يتمكنوا من الاجابة على هذا السؤال ورددوا فى ذلك عبارة « مش عارف » أو « مش متذكر » ، الا ان من استطاع منهم الاجابة قد ردد استجابات مثل : « بيقولوا للناس الشغل مش عيب » ، بيحبوا الناس فى الشغل ، الواحد ممكن يشتغل فى اى حاجـة ، الرزق يحب الخفية ، اهم حاجة الشغلة الشريفة ، الواحد لازم يسعى لرزقه اللى معاه قرش يسوى قرش هو كل حاجـة الى غيرها من الاستجابات والتصورات التى تشير الى الدور التدعيمى البالغ الذى تلعبه اجهزة الاتصال فى مجال ترويج النظرة المادية لقيمة العمل لدى القرويين.

واذا كانت تأثيرات ادوات الاتصال الحديثة تبدو طفيفة أو غير منظورة فى مجال العمل والانتاجية ، حيث تلعب الظروف الموضوعية دورا اكثر فاعلية فى هذا المجال ، الا ان نطاق تأثير هذه الادوات يبدو اكثر بروزا فى مجال بناء القوة والنفوذ داخـل مجتمع القرية ، ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى التغير الملحوظ فى مكانة أصحاب السلطة وقادة الراى التقليديين بالقرية حيث تدهورت الى حد كبير مكانة ونفوذ شخصيات مهمة ظلت تلعب دورا تاريخيا وفاعلا فى تقرير مجريات الامور بالقرية ويأتى على راس هذه الشخصيات عمدة القرية ، وشيخ البـلد وكبار الحائزين وملاك الأراضى ، وموظف الجمعيـة التعاونية الزراعية ، وناظر المدرسة ، وامام المسجد ، وكبار السن فى العائلات باعتبارهم من كبار قيادات الراى والمكانة والنفوذ بالقرية ، لقد ساهمت ادوات الاتصال الحديثة بنصيب وافر فى اضعاف مكانة هذه الشخصيات فجانب كبير من هذه المكانة كان يستمد اساسا مما يتوفر لدى اصحابها من قدرة على قضاء المصالح والاتصال بالجهات الرسمية خارج القرية ، وحيازة المعلومات ، ومع الانتشار الواسع لأدوات الاتصال الحديثة تم فك احتكار هؤلاء الأفراد للمعلومات التى اصبحت متاحة بفعل هـذه الأجهزة لقطاع واسع من الافراد ، وتزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأمور عـديدة ، واصبحوا اكثر قدرة على المناقشة وابداء الرأى من ذى قبل بفضل تعرضهم المستمر لمضامين هذه الأجهزة فى المقام الأول

ومع انتشار التعليم ، واعادة توطين الموظفين فى قراهم ، وانخراط العديد من شباب القرية فى سلك الجندية ، واشتراكهم فى حرب اليمن وحرب ١٩٦٧ ، واكتوبر ١٩٧٣ ، واتصالهم المبـاشر بالعالم الخارجى نتيجة لتحسن وسائل المواصـلات وعمليات الهجرة والانفتاح ، وما صاحب ذلك من رواج مادى فى القرية ، تبدلت اوضاع ومكانة الكثير من الفئات الاجتماعيـة بالقرية ، وحدث حراك مهنى واجتماعى واضـح لبعض الجماعات الاجتماعيـة اثر على البناء الطبقى بصورته التقليدية فى القرية ، وما يهمنا هنا ، هو ان الجماعات الاجتماعية الجديدة التى تزايد نفوذها بالقرية بفعل التغيرات السابقة ، تستمد هذا النفوذ من مصدرين ، القدرة المـادية (الثروة) والقدرة الاتصالية حيث تدعم القدرة

الأخيرة الانجازات التي حققتها هذه الجماعات في مجال حيازة الثروة ، فتحرص دائما على التعرض المستمر والمكثف لأجهزة الإتصال وبالذات الصحف (وهي الخاصية التي كان يحرص عليهـا من قبل قادة الرأى التقليديين) ليس فقط بهدف مراقبة تقلبات السوق ومجريات الأحداث ، حماية لمـا لديها من ثروة ، ولكن ايضا وفي المقام الأول لدعم قدراتها الاتصالية ومناقشة الآخرين ولتأكيد أوضاعهم الجديدة واضفاء الشرعية عليها .

لقد تقلص مع هذه الأوضاع الجديدة مكانة الزعامات التقليدية بالقرية ، وتدنى عدد المترددين أو القاصدين هؤلاء لحل مشكلاتهم واصبح التعامل معهم منحصرا في اضيق الحدود . فمرور العمـدة في الشارع لا يثير انتباه أحـد من الجلوس ولا يستدعي الوقوف له عند رد التحيـة . كما ان المهندس الزراعي ليس لديه خبرة (هو بيفهم) على حد تعبير أحد المبحوثين ، ومشايخ البلد جار عليهم الزمن وغلابة ، وناظر المدرسة والمدرسين بالقرية مشغولون في الدروس الخصوصية ، وامام المسجد « اهم كلمتين حفظهم وخلاص » « ويأكلها ولعه » على حد تعبير البعض ، واللافت للنظر هنـا أن هؤلاء الأفراد باستثناء امام المسجد ، تقلص تعاملهم مع اجهزة الاعلام واصبح لا يتعد التعامل العـادى والمألوف لأى فرد ، فالمهندس الزراعي وناظر المدرسة لا يشترى سوى جريدة واحدة وبصورة غير منتظمة ، كما أن مشاهدتهما للتليفزيون تقتصر ايضـا على المسلسلات والأفلام ، والحال كذلك مع عمـدة القرية الذى كان يعمل موظف بالادارة التعليمية بالمنطة وعين بالتزكية من قبل الداخليـة ، اما امام المسجد (الكبير) فانه يحرص يوميا على الاطلاع على مختلف أنواع الصحف واعادتها الى موزع الجرائد مقابل مبلغ مالى (عشرة قروش) فضلا عن ثمن شراء جريدة واحدة هي جريدة الأخبار .

وقد سعينا من جانبنا للتعرف على نوعية قيادات الرأى والزعامات الجديدة بالقرية ، وذلك من خلال الوقوف على الطريقة التي يتم من خلالها فض المنازعات وحل المشكلات التي تنشب داخل القرية ، وبمراقبة هذا السلوك تكشف لي أن بكل عائلة من عائلات القرية أو قطاع سكني يوجـد شخص معين يقصده الأطراف في حالة وجود خلاف أو نزاع مع أحد أفراد العائلة أو سكان القطاع ، ولا يشترط في هـذا الشخص توافر ، كبر السن او التعليم ... الخ ولكن في الاساس القدرة المادية والمظهر الجيـد وحلاوة اللسان وحفظ بعض الآيات القرآنية والأحاديث النبوية التي يستخدمهـا في الحديث والاقنـاع ، وعادة ما يستمع طرفا النزاع او المشكلة الى نصائحه ويميلون الى قبول تحكيمه خشية تفاقم الموضوع وتحويله الى الشرطة والمحاكم وما يصاحب ذلك من نفقات مالية باهظة ، هذا الشخص لا يقتصر دوره على حل المنازعات ولكن يشكل مصدرا مهما لنقل وترويج المعلومات بين الآخرين ، ولذلك يحرص على تكثيف تعامله مع اجهزة الاعلام المختلفة وكذا ترفده على الجهات الرسمية واماكن اتخاذ القرار

والتواجد فى مواقع الأحداث والخلافات ، مما يدعم مركزه الأجتماعى من ناحية ويزيد من قدرته الاتصالية من ناحية اخرى .

ووفقا لذلك ، أصبح يوجد فى القرية عـدد غير قليـل من هؤلاء الأفراد ينطبق عليهم مواصفات هـذه الشخصية حصرنا منهم (٢٥) فردا ، يعملون بمهن مختلفة : التدريس والمحاماة ، الأعمال الحرة وأيضا الفلاحة ، وقد تلاحظ كثافة علاقة هؤلاء الأفراد ببعضهم البعض ، حيث يحرصون على تبـادل الزيارات ، واللقاءات ، ومناقشة المسائل العامة المتصلة بالقرية ، وما يحدث بالقرية من نوادر وحكايات .. الخ . ويشكلون جماعة ضغط ونفوذ قوية داخل القرية .

ثانيا : التأثير على مستوى الأسرة :

تتحدد تأثيرات أدوات الاتصال فى هذا المستوى فى جوانب عديدة تتصل ببناء الأسرة الريفية ، والعلاقات داخل هذه الأسرة ، ومكانة المرأة ، وتنشئة الطفل ، والعادات الغذائية . واذا كان تركيب الأسرة الريفية ، قد شهد تغيرا واضحا فى مجال التحول من الأسرة الممتدة الى الأسرة النووية التى تقتصر على الزوج والزوجة والأولاد ، الذين يعيشون فى معيشة مستقلة عن بقية اعضاء العائلة ، وذلك بسبب شيوع العلاقات المـادية والهجرة وغيرها ، فان دور أدوات الاتصال كان فاعلا فى تدعيم هـذا التحول . فقد قللت هـذه الأدوات وبالذات التليفزيون من الجلسات العائلية المسائية ، التى كانت تشمل جميع افراد العائلة من الأهل والأقرباء ، حيث كثيرا ما كانوا يجتمعون فى صحن الدار أو على المصطبة فى المساء للحديث والسمر معا ، أما الآن ، ومع شيوع العلاقات المـادية والنزعة الفردية ، أصبح اعضاء كل اسرة من هـذه العائلة الكبيرة يلتفون حول جهاز التليفزيون ولا علاقة لهم بالآخرين ، حيث يحرص رب كل اسرة على حيازة جهاز تليفزيون له ولأسرته الخاصة حتى لا تنشب المنازعات والخلافات بين اعضاء العائلة على حد تعبير بعض المبحوثين ونتيجة لذلك كثيرا ما شاهدت وجود اكثر من جهاز تليفزيون فى البيت الواحد ، وتعمل فى الوقت نفسه ، وعلى القنـاة نفسها ، نتيجة لانفراد اعضاء كل اسرة واستقلالهم فى مشاهدة التليفزيون رغم تقاربهم المكانى او المعيشى ، مما يشير من ناحية الى الدور الذى تلعبه هذه الأداة فى تدعيم الاتجاه نحو بناء الأسرة النووية فى القرية المصرية ومن ناحية اخرى ، الى اثر هـذه الأداة فى تخفيض حجم المنازعات والخلافات التى كانت تقع سواء بين اعضاء العائلة الواحدة او بين الجيران بعضهم البعض وعلى حد قول احد المبحوثين ، لقد ساعد التليفزيون على (لم) الناس كل فى بيته بعيدا عن الصراعات والخلافات ، والقيل والقال . وهو قول يبدو صحيحا الى حد كبير .

وقد ساعدت اجهـزة الاتصال ، وبالذات الراديو والتليفزيون فى تدعيم

مكانة المرأة وتعزيز دورها داخل الأسرة والنهوض بمسئوليتها وبالذات فى السنوات الأخيرة التى شهدت تدهور سلطة رجل البيت الغائب باستمرار عن البيت اما بسبب الانهماك فى العمل وفى أكثر من مهنة لتدبير نفقات الأسرة أو فى الهجرة للعمل فى الخارج ، وتشير الحوارات المستفيضة التى أجريت مع المبحوثات من اعضاء العينة والبالغ عددهم (٨٠) مفردة ، ان الجانب الاكبر منهن (٥٦٪) رغم أنهن غير متعلمات ولا يحملن اية شهادات ، الا ان لديهن معرفة واسعة بقضية تنظيم الأسرة ، وبشعاراتها واسماء الكثير من الممثلات والمذيعات واظهرن قدرة واضحة على الحوار فى جوانب تتعلق بالأسعار والجشع والتعليم ، وهجرة الأزواج ، الأمر الذى يشير الى الارتفاع الملحوظ فى مستويات الوعى لديهن الذى ترتب على انخراطهن المكثف فى علاقات الاتصال مع الآخرين خارج البيت وتحملهن لهموم الأسرة نتيجة غياب رجل الأسرة وتعرضهن لأدوات الاتصال الجماهيرى التى يصعب انكار تأثيرها فى هذا المجال.

ومع المعرفة الواسعة لهؤلاء المبحوثات بشعارات ووسائل تنظيم الأسرة والتى مصدرها التليفزيون والراديو الا أنهن عبرن عن عدم اقتناعهن بما يردده التليفزيون من أن كثرة الانجاب يضعف صحة المرأة ، أو ان كثرة الخلفة « تجلب الفقر » واشارت غالبية المبحوثات أن « الخلفة بتاع ربنا » ولا دخل للانسان فيها » ، « وان الأولاد زينة وبهجة فى البيت » ، مما يشير الى الفجوة الواسعة بين المعرفة التى تروج لها وسائل الاعلام فى هذا الجانب وسلوك المرأة الريفية فى مجال الانجاب وتنظيم الأسرة ، مما يكشف عن انعدام فاعلية تأثير هذه الأجهزة فى هذا المجال .

على ان الجانب الأكثر بروزا فى تأثير أدوات الاتصال على مستوى الأسرة يتعلق بتأثير هذه الأدوات فى مجال تنشئة الطفل فى القرية ، وقد تزايد هذا التأثير مع تراجع دور الأسرة فى عملية التنشئة بسبب غياب الأب فى الخارج من أجل الثروة وانهماك الأم طوال الوقت فى تدبير احتياجات الأسرة وقضاء مصالحها . ومع غياب توجيه الأسرة ورقابتها هذه ، يتعلم الاطفال صغار السن والصبية . الكثير من العادات والسلوكيات والالفاظ اللغوية ، وهى عادات وسلوكيات تميل الى النمط الحضرى على النحو الذى تروج له اجهزة الاعلام، وتبتعد كثيرا عن العادات والتقاليد الريفية الأصيلة .

واللافت للنظر فى هذا المجال ، ان سلطة الوالدين ، أو العائل ، قد تلاشت أو كادت فى مجال التحكم فيما يشاهده او يسمعه الأبناء أو الأطفال من مضامين عبر شاشات التليفزيون أو اجهزة الراديو والتسجيل والفيديو ، حيث يمارس الأبناء ضغطا كبيرا فى هذا المجال ويتحكمون بأنفسهم فيما يتعرضون له بما فيها الشرائط الخليعة التى تسمع من خلال اجهزة التسجيل ، أو الافلام

الخارجة التي تشاهد من خلال جهاز الفيديو وقد ساهم ويساهم كل ذلك في نشوء جيل من أبناء القرويين ليس له علاقة بالثقافة الريفية .

وتمثل العادات الغذائيـــة والاستهلاكية مستوى آخر من مستويات تأثر الأسرة الريفيـــة بأجهزة الاتصال الحديثة ، وهنـــا تلعب الاعلانات التجارية وبرامج المرأة دور أكبر فيتحويل هذه العاداتتجاه النمط الحضرى. لقد عاش الفلاح المصرى عهودا طويلة لا يعرف من المشروبات سوى شرب الشاى يشربه ويقدمه لضيوفه اما حاليا عرف « الكاكولا » ، و «البيبسى » ، « والسفن آب » وأصبحت هـــذه المشروبات هى التى تقدم للضيوف الزائرين ، ويقبل عليهـــا الأطفال أيضا أو يطالبون ابائهم بشرائها لهم . وكان الفلاح المصرى لا يأكل سوى « الفريك » والارز فيما ندر ، واختفى « الفريك » وحل محله المكرونة « روما » و « كابرى » و (المهندس) حيث تتجه القرويات حاليا الى محلات البقالة والسوبر ماركت التى انتشرت بالقرية لطلبها وبهذه الأسماء ، وعرف الأطفال أكل «الشيبسى» و « الكارانيه » و « بمبم » و « الشكولاته جيرس » « والآيس كريم » و « كيمو » ، و « هاواى » وغيرها من المأكولات التى لم يكن يألفها القرويون من قبل وأصبحت الآن من العادات الغذائية المألوفة وتمتلىء بها محلات القرية ، وتشكل ضغطا كبيرا على ميزانية الأسرة الريفية وموضع شكوى من أرباب الأسر . كما عرفت نساء وفتيات القرية الكثير من مستحضرات التجميل «مارياج» و « أماندا » والكثير من أنواع البرفانات ويستخدمن هذه الأشياء وبالذات فى حفلات الزواج أو المناسبات السعيدة وهى كلها عادات وسلوكيات لايستطيع احد ان يقلل مندور التليفزيون وبالذات الاعلاناتالتى تسبق عروض الأفلام فى ترويجها بين القرويين .

لقد كانت ثقافة القروى تستهجن شراء الخبز من الأسواق وتعتبره عارا ومجلبا للفقر . وحينما كانت تضطره الظروف الى ذلك ، كان يتوارى من القوم ويشتريه خفية . أما حاليا ، فقد تعلم منأجهزة الاعلاموغيرها أنهرغيفارخص سعرا أو اقل تكلفة تدعمه الدولة ، فكف عن صناعته فى بيته واتجه الى شرائه والتطاحن بالمناكب للحصول عليه ، وهو تحول ثقافى ساهمت أجهزة الاعلام بلا شك فى احداثه وهكذا لعبت اجهزة الاعلام دورا كبيرا ومؤثرا فى نشر وترويج العديد من العادات الغذائية الاستهلاكية وساعدها فى ذلك عوامل موضوعية تتصـــل بسياسات الانفتاح والهجرة ، والرواج المادى فى القرية الذى واكب تطبيق هذه السياسات .

ثالثا : التأثير على المستوى الفردى :

يصعب فى هذا المستوى قياس تأثير ادوات الاتصال وذلك بسبب تداخل عوامل ومتغيرات عديدة تحد من قدرة الباحث على رصد وتتبع حقيقة التأثيرات التى تتركها ادوات الاتصال على الأفراد فاستخدام الافراد لهذه الأدواتيتطلب

مستوى ثقافى معين او توافر درجة من المهارات والخبرات ، وبدون ذلك يعجز الفــرد عن استخدام أدوات الاتصال الحديثة أو الدخول طــرفا مشاركا فى عملياتها . فاذا أردنا مثــلا قياس تأثير اجهزة الاتصال على مستوى الطموح الفردى ، أو الرغبة فى الأنجاز ، او المعرفة بموضوعات معينة يصعب عزل تأثير المستوى الثقافى او التعليمى او ما يتوافر لدى الفرد من خبرات فى هذا المجال .

وقد دأبت العــديد من الدراسات والبحوث الاعلامية الحديث عن تأثير اجهزة الاتصــال فى رفع مستوى الطموح الفردى ، وفى تشكيــل الشخصية الحركية ، وزيادة الوعى الفردى بالحقــوق ودفع الأفــراد للمشاركة وزيادة رغبتهم فى العمل والانجاز .. الخ . واعتمدوا فى استخلاص هذه النتائج على مؤشر معدلات تعرض الفرد لأجهزة الاتصال فكلما زادت معدلات تعرض الفرد مثلا لهذه الأجهزة زادت درجة طموحه ورغبته فى الانجاز والمعرفة .. الخ . وهــو مؤشر مضلل ليس فقط بسبب أن التعرض فى حد ذاته لا يعنى الفهــم والاستيعاب او التأثر ، ولكن أيضا بسبب ان الحد الادنى المطلوب من المستوى الثقافى والمهارى لدى الفرد للتعامل مع اجهزة الاتصال ، قد يكون هو الأكثر فاعلية وتأثيرا فى هذا المجال من مضامين اجهزة الاتصال .

لقد حدث بالفعل تحسن واضح وملموس فى مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية ، وزادت قدره العديد من الفئات على الاتصال واجراء الحوار وابداء الراى فى المسائل المعروضه . ومن المؤكد ان هذا الانفتاح فى شخصية القرويين المعروفة بعزلتها وانغلاقها وجمودها ورفضها لتقبل المستحدثات .. الخ . قد ساهم فى احداثه متغيرات عديدة مثل انتشار التعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجى من خلال التنقل والترحال بسبب سهولة المواصلات والانخراط فى سلك الجندية .. الخ ولكن فى نفس الوقت لا يمكن نكار اثر وسائل الاتصال فى هذا المجال على الأقل فى تدعيم معارف الأفراد تجاه القضايا الداخلية والخارجية .

وقد تأكد لدينا من خلال الحوار مع العديد من الأفراد بالقرية سواء من أفراد العينة او غيرهم حول عدد من القضايا الداخلية والخارجية ، ان الجانب الأكبر منهم لديهم معلومات ومعارف حول مجلس الشعب والمجالس المحلية ، والتنظيمات الحزبيــة ، ومشكلة الديون ، وتنظيم الأسرة ، وبعقوبة الاعتداء على الأرض الزراعيــة ســواء بالتجــريف أو البنــــاء ، والانتفاضــة الفلسطينيــة ، وهجرة اليهود السوفيت الى اسرائيــل ، والتصــالح بين مصر وليبيــا ، ومجلس التعــاون العربى ، مما يشــير الى الدور الواضح الذى تلعبــه اجهزة الاتصال فى تدعيم وعى الأفراد ومعارفهم بهذه الجوانب . ومع ذلك نعود لتــأكيد أن مستوى دقــة وعمق هذه المعــارف لدى هؤلاء الأفراد ، يرتبط الى حد كبير بمستويات التعليم والمهنة ، ومعدلات تنقل الفرد من داخل وخارج القرية ، ومدى كثافة اتصالاته الشخصية .. الخ فقد تدنى

مثلا مستوى المعرفة بهذه الجوانب لدى الأفراد من ذوى المستويات الثقافية الدنيا والذين لم يعملوا خارج القرية ، او يحظوا بفرصة السفر للعمل بالخارج وبدا واضحا على هؤلاء الأفراد خوفهم وترددهم فى الحوار معنا ، رغم اقرارهم بتعرضهم لوسيلة من وسائل الاتصال سواء الراديو او التليفزيون او الاثنين معا

وفى المقابل تلاحظ أن بعض الأفراد ايضـــا من ذوى المستويات الثقافية الدنيا وبمتهنون العمل الزراعى ، ولكن خبروا تجربة السفر والعمل بالأردن او العراق لمدد تتراوح بين سنتين او ثلاث سنوات ، اظهروا درجة أفضل نسبيا فى الحوار ، وفى مستوى معارفهمبالقضايا المطروحة للحوار مما يشير الى ان معارف الفرد بالقضايا القومية لا تتحدد فقط من خلال اجهزة الاعلام ولكن توجد عناصر أخرى تلعب دورها فى هذا المجال يأتى على راسها الاتصال الشخصى والتجربة الذاتية ، والتعليم وغيرها .

بيد ان الحكم على تأثير وسائلالاتصال على الفرد قياسا على مستوى المعارف لديه حـــول القضايا القومية او الوعى ببعض التنظيمات والأحـــداث السياسية ، قد يبدو مضللا ايضا ، ذلك ان جانبا كبيرا من هذه المعارف يأتى عبر اجهزة الاتصال من خلال البرامج الاخبارية والثقافية التى تقدمها اجهزة الاتصال وهذه النوعية من البرامج لا تتمتع بتأثير كاف لدى قطاع واسع من القرويين اما بسبب سيادة النظرة الترفيهية لدى القرويين حول هذه الأجهزة وطريقة استخدامهم لها او توقعاتهم منها على النحو المشار اليه من قبل ، أو بسبب سطحية وشكلية المعارف التى تقدمها هـــذه البرامج على الأقل بفعل العوامل الفنية وعمليات الانتاج الجماهيرى السريع لأجهزة الاتصال . فى حين يبقى بعد ذلك التأثير البالغ والتراكمى الذى تلعبه المضامين الترفيهية والتجارية والدينية فى تحديد رؤى وتصورات الأفراد حول مختلف جوانب الحياة الاجتماعية وما تقوم عليه من علاقات وتفاعلات ، وهى الرؤى والتصورات ، التى تعـــد بمثابة مخزون معرفى ، يوجه الفرد ، بصورة عاجلة او آجلة ، مباشرة أو غير مباشرة فى تعاملاته مع الآخرين وممارسة شئون حياته اليومية ، ورؤيته للعالم من حوله بصفة عامة .

الفصل الثامن

حصاد النتائج وتوقعات المستقبل

الفصل الثامن

حصـاد النتائج وتوقعات المسـتقبل

حاول هذا العمل بحث العلاقة بين الاتصال والثقافة المحلية والوقوف على حقيقة التغيرات الثقافيـة التى ترتبت على دخول تكنولوجيـا الاتصال الحديثة الى القرية المصرية. وقد اتجه العمل بداية بغية تعميق الرؤية النظرية للبحث الى استعراض ومناقشة بعض القضايا والاشكاليات النظرية المرتبطة بمفهوم الاتصال والثقافة ، حيث جرى بداية تسليط الضوء على مفهوم الاتصال وخصائصه وانماطه وكيفية دراسة عمليات الاتصال فى الواقع المحلى باستخدام فكرة النموذج ، وكذا تعميق الفهم حول مفهوم تكنولوجيا الاتصال ، وطبيعة هذه التكنولوجيا ومدلولاتها الثقافية ، وطريقة توظيفها فى المجتمعات الناميـة والمحددات الفاعلة فى تأثير الاتصال فى هذه المجتمعات. وعلى الطرف المقابل ، جرى تسليط الضوء ، على مفهوم الثقافة وابعادها وطبيعة العلاقة بين الثقافة والاتصال ، ودور الاخير فى مجال الترويج الثقافى وتركزت المناقشة فى هـذا الجانب تحديدا على القضـايا المتعلقة بتأثير الثقـافات الوافده عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وانطلاقا من ذلك ، جرى تحديد أهداف البحث وتساؤلاته وقد دارت هذه التساؤلات حول المكونات الراهنة لبنية الاتصال فى القرية المصرية ، ومدى تأثير دخول اجهزة الاتصال الحديثة الى القرية على انماط الاتصال التقليدية بها ، وحقيقة التأثيرات الثقافية المتبادلة بين أجهزة الاتصال الحديثة والثقافة المحلية وعلى ضوء التساؤلات والرؤية النظرية الموجهـة للبحث والتى ترى أن فهـم العلاقة بين الاتصـال والثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الآنية والجزئية والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الاعلامية حتى الآن . ولكن يمكن ان يتم من خلال النظرة المتكاملة والممتدة لعمليات الاتصال فى مجتمع القرية ، اعتمدت الدراسة المنهج الانثروبولوجى ، والمنهج المقارن واستخدمت فى ذلك الملاحظة والمقابلة المقننة والمناقشات الفردية والجماعية كأدوات لجمع البيانات الميدانية من المنطقة محل الدراسة وهى احدى القرى المصرية .

ويمكن فيما يلى بلورة أهم النتائج التى خلص اليها العمل الميدانى :

(١) حدث تطور واضح فى مكونات بنيـة الاتصال بالقرية المصرية حيث تزايد تغلغل وانتشار أدوات الاتصـال الحديثة ، وتعددت أنواعها ، فأصبحت تشمـل اجهزة التليفزيون والراديو والفيـديو والتسجيل ومكبرات الصـوت

والتليفون . وقد ساعدت هـــذه الأدوات وبالذات اجهزة الفيـديو والتسجيل ومكبرات الصـــوت والتليفون على تنشيط ودعم قنوات الاتصـــال الشخصى بنوعيها الرسمى والشعبى بالقرية واضعاف مركز قنوات الاتصال الجماهيرى المركزى ، كما تتمثل فى التليفزيون والراديو والصحف سواء من حيث درجـــة اعتماد القرويين عليها فى تلبية احتياجاتهم الاعلامية ، وتصريف شئون حياتهم اليومية او سلوك التعامل وكيفية استخدام هذه الاجهزة فى الوقت الراهن .

٢) مع الانتشار الواســـع لاجهزة الاتصال الجماهيرى بالقرية المصرية الا أن الصورة الذهنية لدى القرويين تجاه هذه الأجهزة فى الوقت الحالى غير ايجابية أو مواتية ، حيث تغلب الرؤية الترفيهية لهذه الأجهزة ، فالراديـــو لم يعد وسيلة لمعرفة اخبار الدنيا « وانما اصبح وسيلة لسماع القرآن الكريم والاغانى ، كما أن التليفزيون وسيلة للراحة والمتعة والانبساط منخلال مشاهدة المسلسلات والافلام ، والصحيفة لمتعد اداة للتثقيف ولكنللتسليه وشغلوقت الفراغ وتتبع اخبار المباريات والحوادث فى المقام الاول ، ويأتى تغليب هـــذه الرؤى كرد فعل منجانبالقرويين لابتعاد جلمضمون هذه الأجهزه عن الاهتمام بقضايا وهموم سكان القطاع الريفى ، من ناحية ، وروتينية المضامين الاخبارية والتثقيفية التى تثيرها هذه الأجهزة من ناحية أخرى .

٣ — لا يزال الراديو يحتل مكـــانة متميزة بين اجهزة الاتصال بالقرية حيث اختفت تماما نسبة عدم الاستماع اليه على الاطلاق بين المبحوثين ولم تتجاوز نسبة الاستماع اليه حسب الظروف » (٢٠٪) فى حين بلغت نســـبة الاستماع اليه بصـــفة دائمة (٨٠٪) من اجمـــالى افراد العينـــة ، كما أن الجانب الاكبر من المبحوثين (٦٠٪) أوضح أن الراديو « ضرورى جدا » ولم تتجاوز نسبة الاستجابات التى تشير الى عـــدم الاهتمـــام بالراديو (٤٠٪) من اجمالى المبحوثين . ومع ذلك فان ضعف دور هذه الوسيلة الاتصالية بالقرية يكون فى سلوك التعـــامل الراهن مع الراديو ، حيث تلاشت ظاهرة التعرض الجمـــاعى ومناقشـــة مضمون الراديو مع الآخرين كمـــا كان الحـــال فى الخمسينيات والستينيات فى مقابل تعاظم ظاهرة التعرض الفردى ، كمـــا أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) يستمعون الى الراديو اثناء انخراطهم فى اداء عمل ما ، وهـــذا يشير الى سلوك التعرض غير الواعى او النـــاقد لمضمون ما يذاع ، وهو السلوك الذى انعكس فى عـــدم تفضـــيل أو تمييز القرويين بين المحطات الاذاعية المختلفة حيث اشـــار (٦٠٪) منهم الى أن « كلمة ذى بعضه » باستثناء اوقات الأزمات والأحداث الهامة ، حيث يتزايد اقبال القرويين على الاستماع الى الاذاعات الأجنبية .

٤ — على الرغم من ارتفاع معدلات حيـــازة اجهزة التليفزيون بالقرية الا ان مكانة وكثافة استخدام هذه الوسيلة الاتصالية اخذ فى التراجع حاليـــا بالمقـــارنة بحقبتى السبعينيات والثمانينيات ، حيث تظهر البيانات أن ما يقرب

من (٦٠٪) من المبحوثين اما انهم يتعرضون الى التليفزيون بطريق الصدفة وحسب الظروف ووقت الفراغ او لا يتعرضون اليه على الاطلاق بسبب المشغولية وضيق الوقت فى حين ان (٤٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين بالقرية هم الذين يتعرضون يوميا وبصورة منتظمة الى التليفزيون ، كما أن مدة التعرض تميل الى الانخفاض ، حيث لاتتجاوز هذه المدة ساعة يوميا لدى الغالبية العظمى من المبحوثين فى حين لم تتعد نسبة من يتعرض للتليفزيون لمدة ساعتين او أكثر (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين . والاهم من كل هذا وذاك ، هو ذلك التصور المتنامى لدى قطاع غير قليل من القرويين بأن الفرجة على التليفزيون «حرام» وبلغت نسبة هذا الاقرار (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين فى مقابل (٤٥٪) اقروا بأنه حلال ولم يتمكن (٢٠٪) من ابداء الرأى أو اصدار حكم فى هذه القضية ، وكان ذلك مؤشرا واضحا لرواج الاستخدام الترفيهى للتليفزيون واقتصار هذا الاستخدام على مشاهدة المسلسلات والافلام والمباريات الرياضية من ناحية ، والموقف العدائى وغير الايجابى المتنامى لدى القرويين تجاه بعض ممارسات التليفزيون من ناحية اخرى .

٥ — مع التحسن الملحوظ الذى طرا على مركز الصحف بالقرية المصرية خلال حقبتى السبعينيات والثمانينيات فى اطار تزايد اعداد المتعلمين بالقرى وتحسن طرق المواصلات واتصال القرويين بالعالم الخارجى ، الا انه فى اطار خلو مضمون الصحف من الأحداث الهامة أو الأمور المتعلقة بالقرويين وغلو اسعارها ، اخذ هذا المركز فى التراجع والضعف مرة اخرى ، حيث اظهرت البيانات أن درجة تعود القرويين على قراءة الجرائد لا تتجاوز (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين القادرين على القراءة . فى حين ان هناك (٣٥٪) يتعرضون لها احيانا وبالمصادفة ، كما تظهر البيانات اختفاء ظاهرة شراء القرويين لأكثر من جريدة واحدة ، وان وقت الفراغ ، وليس طبيعة المضمون ، هو العنصر الحاكم فى تحديد مدة تعرض قارىء الصحيفة لها ، فاذا ضاق وقت الفراغ قلت مدة القراءة ، أو حتى اهملت تماما ، وفى هذا الاطار اوضح (٥٥٪) من اجمالى المبحوثين أن الوقت المستغرق فى قراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتاح (حسب الظروف) ولم تتجاوز نسبة من اقر بقراءته للجريدة لمدة ساعة او اكثر (٢٠٪) واشار بقية الافراد (٢٥٪) أن الوقت المستغرق فى قراءتهم للجريدة يتراوح من خمس دقائق ونصف ساعة وهى معدلات لا تكفى سوى للالمام السريع بموضوعات الجريدة وبالتالى تدنى قدراتها التأثيرية .

وقد اظهر البحث ان مركز جرائد المعارضة لا يقل سوءا عن مركز الجرائد القومية أو المجلات الاسبوعية . بيد ان هذا المركز كثيرا ما يطرأ عليه بعض التحسن بين الحين والآخر وذلك فى أوقات الازمات أو وقوع الأحداث الهامة ، حيث يتزايد الاقبال على صحف المعارضة للوقوف على

وجهة النظر غير الرسمية وتتناقل مضامينها بسرعة عبر قنوات الاتصال الشخصى ، ويظل الأمر هكذا متى ظل الحدث ساخنا ، ثم يتلاشى هذا الاقبال بعودة الأمور الى سيرتها الطبيعية ، حيث يقتصر استخدام الأفراد للصحف عندئذ على متابعة أخبار الرياضة او الالمام السريع ببعض الأحداث الداخلية والخارجية ، والتعرف على برامج الاذاعة والتليفزون والوفيات دون تعرض يذكر للمقالات الافتتاحية أو مضامين الاعمدة الثابتة وغيرها مما يشير الى تدنى المهمة التثقيفية أو التوجيهية للصحف وتنامى الاستخدام الترفيهى لها شأنها فى ذلك شان أجهزة التليفزيون والراديو .

٦ — حدث تحسن ملحوظ فى مركز اجهزة التسجيل فى القرية المصرية حيث وصلت معدلات حيازه هذه الأجهزة (٥٥٪) من اجمالى المبحوثين بالقرية وان هناك (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين يتعرضون لهذه الاجهزة بصفة دائمة ومنتظمة و (٦٠٪) احيانا فى حين لم تتجاوز نسبة من اقر بعدم تعرضه لأجهزة التسجيل (٥٪) فقط من اجمالى المبحوثين بقرية البحث . وتأتى شرائط الأغانى فى المرتبة الأولى من حيث تفضلات المبحوثين ، ويلى ذلك الشرائط الدينية وبالذات شرائط القرآن الكريم ، وفى المرتبة الثالثة ، تاتى شرائط المواويل الشعبية التى تحكى قصص ومأثورات شعبية ، واظهر البحث ان تحسن مركز اجهزة التسجيل ، وتزايد الاقبال عليها بين القرويين لم يسحب اية اعداد من جمهور الراديو ، وان تأثيره انحصر فقط فى تقليل معدلات الاستخدام الترفيهى للراديو وتعديل حجم وتوقيت التعرض للبرامج الاذاعية .

٧ — تزايد تواجد اجهزة الفيديو بالقرية ، حيث بلغ عدد حائزو هذه الأجهزة (٣٠) فردا ينتمى معظمهم الى فئات الموظفين والمهنيين والحرفيين الذين عملوا بالخارج ، بيد أن اثر هذه الاجهزة يمتد ليشمل قطاع اوسع حيث عادة ما تأخذ مشاهدة الفيديو طابعا جماعيا ، حيث يدعى الاقارب والاصدقاء والجيران ، واظهرت المشاهدات الواقعية أن بعض حائزى هذه الاجهزة بالقرية لديهم جهاز ارسال (هوائى) يستخدم فى نقل الفيلم المعروض بالفيديو لكى تستقبله أجهزة التليفزيون فى البيوت الاخرى المجاورة ونتيجة لذلك اقر (٥٪) من اجمالى المبحوثين بأنهم يشاهدون الفيديو بصفة دائمة ، وان (٣٥٪) احيانا ، وحسب وقت الفراغ فى حين ذكر (٦٠٪) أنهم لا يشاهدون الفيديو وقدموا فى ذلك مبررات تتعلق بضيق الوقت وعدم الفراغ فى المقام الأول بما يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا توفر الوقت رغم ميل الكثير منهم الى تحريم مشاهدة الفيديو أو وصف رواده بالابتزال والتفاهة مما يكشف عن أزدواجية واضحة فى هذا المجال واظهر المبحوثون تفضيلا واضحا لمشاهدة الافلام الهندية وبلغت نسبة هذا التفضيل (٦٨ر٧٥٪) من اجمالى عدد الافراد الذين اقروا بمشاهدة الفيديو ، فى حين لم تتجاوز نسبة تفضيل الافلام المصرية أو الافلام الاجنبية الاخرى عن (٢٥٪) و (٦ر٢٥٪) على الترتيب ، هذا ولم يظهر

المحث اية تأثير لتزايد تواجد اجهزة الفيديو على حجم وسلوك تعرض القرويين لاجهزة التليفزيون .

٨ — راجت فى الآونة الأخيرة بالقرية اجهزة مكبرات الصوت ، وتعددت مجالات استخدام هذه الاجهزة فى الاتصال بالقرية ، حيث لا يقتصر استخدامها على رفع الآذان فى مواقيتها ونقل شعائر الصلاة وبالذات خطبة الجمعة فى المساجد ، ولكن ايضا فى اذاعة الاخبار والاحداث الهامة التى تقع فى البلد مثل الاعلان عن وفاة احد الاشخاص ، أو موعد تشييع الجنازة أو غياب أحد الأطفال ، أو فقدان بعض الاشياء ، كما تستخدم قنوات الاتصال الشخصى الرسمى بالقرية مكبرات الصوت فى اذاعة التعليمات والنصائح والارشادات التى تريد توصيلها الى اهالى القرية ، فضلا عن الاستخدام التجارى لها ، وينصت أهالى القرية الى مايذاع عبر هذه الأداة باهتمام بالغ نتيجة لارتباطه مباشرة بامور حياتهم اليومية ، مما يشير الى الدور الهام الذى أصبحت تلعبه مكبرات الصوت كاحد اعمدة مكونات بناء الاتصال فى القرية التى يمكن استخدامها بكفاءة فى احداث التغيير بالقرية .

٩ — تزايد انتشار اجهزة التليفون بالقرية ، بيد ان البيانات الواقعية تشير الى انعدام فاعلية تواجد هذه الاجهزة فى تداول المعلومات بين الافراد داخل القرية ، وقد مال المبحوثون فى استجاباتهم حول دواعى حيازتهم لجهاز التليفون الى ترديد استجابات مثل : « اهو فخرة ومنظرة » « زيذى غيرى » ، « قلنا اهم خمسين جنيه ونبقى من أولاد الذوات » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن استمرارية تدنى حاجة هؤلاء الافراد الى هذه الوسيلة الاتصالية ، واقتصار رؤيتهم لها على اعتبار أنها وسيلة لاضفاء المكانة والتفاخر على حائزيها بالقرية .

١٠ — اثر دخول وانتشار اجهزة الاتصال الحديثة فى مجتمع القرية على انماط الاتصال التقليدية بها ، وتلاحظ ان هذا التاثير يميل ناحية التفرد وفك الترابط واللقاءات الجماعية ، واضعاف اتصال المشاركة بصفة عامة والتى كانت تميز هذه الانماط ، وفى هذا الاطار اختفت لقاءات «المصطبة» وتقلص دور دوار العمدة ، كاحد اهم مواقع الاتصال التقليدية بالقرية ، وكذا دور المقهى كموقع لعقد اللقاءات واجراء الاتصالا وتبادل الآراء والمعلومات ، وعلى نفس المنوال ، تقلص دور الجمعية التعاونية الزراعية وكذا الوحدة الصحية باعتبارهما مواقع لمؤسسات خدمية بالقرية كان يرتادها القروى للحصول على المعلومات فى المجالات المختلفة ، بعد ان أصبح ما لدى هذه الاماكن كجهات اتصال رسمية من معلومات يصل عبر مختلف وسائل الاتصال الجماهيرى ، أو مكبرات الصوت مما خفض من اعداد رواد هذه الاماكن واقتصر التردد عليها حاليا على قضاء المصلحة

المباشرة فقط كما اختفت وظيفة « منساد القرية » بعد انتشار اجهزة مكبرات الصوت وتبين أن التغيير الجديد ، لم يكن فى صالح فاعلية العملية الاتصالية حيث أن وظيفة هذا الشخص لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهورى يسمعه أهالى القرية كما تؤديه حاليا مكبرات الصوت ولكن فى اجراء حوار مع الاهالى والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم وهو ما لا يحدث حاليا مع الشكل الإتصالى الجديد ، مما يؤكد ما سبق ان اشرنا اليه من اتجاه تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى القرية ناحية تفتيت اتصال المشاركة التقليدى بالقرية .

كما اثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات اشرطة التسجيل على الوان مختلفة من الفلكلور الشعبى مثل المواويل الشعبية وحلقات الذكر والانشاد الدينى « الحضرة » التى كانت تقام بصورة منتظمة فى البيوت بالتبادل بين الافراد حتى أواخر الستينيات وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات ، واصبح من السهل حاليا الاستغناء عن طرق الغناء والرقص والمطرب الشعبى لاحياءليالى الافراح والموالد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسبات فى اتجاه التأثير هنا يسير ناحية القضاء على مجالات الابداع الشعبى التلقائى فى هذه الالوان من الاتصال .

١.١ — احدث دخول وانتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى مجتمع القرية مجموعة من التأثيرات الثقافية الواضحة فى هذا المجتمع يمكن رصدها على ثلاثة مستويات اساسية وهى :

أ) مجتمع القلوية :

اثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى الشكل المعمارى للقرية ، وكان ابرز مجالات التأثير وضوحا فى هذا الجانب ، اختفاء « المصطبة » من بيوت القرويين ، ودفع الافراد الى التفكير فى نمط بناء البيت ليأخذ الطراز الجديد حيث يستخدم الطوب الأحمر والاعمدة والأسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدى المعروف حيث تقام البيوت بالطوب اللبن وترصع الاسقف بسعف النخيل . وعدم الاهتمام ببناء « المئذنة » فى المساجد المقامة حديثا ، والتى كانت تشكل احد ملامح الطراز المعمارى الاسلامى فى بناء المساجد وذلك نتيجة لتقلص وظيفتها بعد دخول مكبرات الصوت — ولم يظهر البحث اية تأثيرات واضحة لتواجد تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية على معدلات الانتاج وان اقصى ما يمكن اقراره فى هذا الجانب هو ان بعض القرويين عدلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم اليومى ليتفق مع مواعيد بعض البرامج وبالذات مسلسلات التليفزيون او المباريات الرياضية دون تأثير واضح على حجم ومعدلات الانتاجية ونشاط العمل اليومى المعتاد . كما لم يظهر البحث اية علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال واحوال سوق العمل

التى تشهد اختلالا واضحا فى القرية ، واقتصر دور هذه التكنولوجيا على تدعيم الاتجاه للعمل فى أكثر من مهنـــة و قبول العمل فى أى « حاجة تكسب » وخلص البحث بصفة عامة فى هـــذا الجانب الى ان ظروفا موضوعية اخرى هى الأكثر تأثيراً فى الجوانب المتعلقـــة بقضايا الانتاج ، وسوق العمل ، والحراك المهنى بلقرية ، وان تأثيرات أدوات الاتصال فى هذه الجوانب تعد طفيفة للغاية وغير منظورة وتقتصر على الجانب التدعيمى لما يموج به الواقع من متغيرات مختلفة .

وكان المجال الأكثر تأثيرا بفعل دخول أدوات الاتصال الحديثة الى مجتمع القرية ، هو المتعلق ببناء القوة والنفوذ داخـــل القرية ، حيث ساهمت هـــذه الأدوات بصورة ملحوظةفىتدهور مكانة ونفوذ شخصياتهامة ظلت تلعبدورا تاريخيا فى تقرير مجريات الأمور داخل القرية . منها : العمدة ، وشيخ البلد ، وكبار الحائزين وملاك الأرض وموظفى الجمعية الزراعية وناظر المدرسة ، وامام المسجد وكبار السن والعائلات باعتبارهم من كبار قيادات الراى والمكانة داخل القرية ، وذلك من خلال فك احتكار هذه الشخصيات للمعلومات حيث كان يشكل احتكارهم لها احـــد عناصر نفوذهم ومكانتهم بالقرية ، وبفضل اجهزة الاتصال اصبحت المعلومات متاحة لقطاع واسع من الأفراد ، ومع المعلومات تزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأمور عديدة وأصبحوا اكثر قدرة علىالمناقشة وابداء الآراء من ذى قبل بفعل تنقلاتهم وتعرضهم المستمر لمضامين اجهزة الاتصال .

ب) مستوى الأســـــرة :

تحددت اهم وابرز تأثيرات الاتصال فى هذا المستوى فيما يلى :

١ ـــ اثرت اجهزة الاتصال الحديثة بفاعلية فى تدعيم التحول فى بنـــاء الأسرة الريفية من الأسرة الممتدة الى الأسرة النووية . كما ساهمت فىتخفيض حجم المنازعات والخلافات التى كانت تقع سواء بين اعضاء العائلة الواحدة او بينهم وبين الجيرانأو غيرهم من سكان القرية .

٢) ساعدت أجهزة الاتصال وبالذات الراديو والتليفزيون فى تدعيم مكانة المراة الريفية وتعزيز دورها داخل الأسرة ، والنهوض بمسئوليتها وبالذاتفى السنوات الأخيرة ، التى شهـــدت تدهور ملحوظ فى سلطة رجـــل البيت الغائب باستمرار عن البيت بسبب الانهماك فى العمل وفى أكثر من مهنة او بالهجرة للعمل بالخارج . وقد اظهر الحوار مع المبحوثات منأعضاء العينة انالجانب الاكبر منهن (٥٦ ٪) رغم أنهن غير متعلمات الا أن لديهن معرفة واسعة بتنظيم الاسرة وشعاراتها واسماء الكثير من المثلات والمذيعات ، ولظهرن قدرة واضحةعلى الحوار وابداء الرأى ، مما يشير الى الارتفاع الملحوظ فى مستويات الوعى لديهن ، ودور اجهزة الاتصال فى هذا المجال .

٣) تؤثر أجهزة الاتصال بفاعلية فى مجال تنشئة الطفل القروى وبالذات مع

تراجع دور الاسرة ، والمؤسسة التعليمية فى عملية التنشئة لما يحيط بهما من مشكلات ، واظهر البحث فى هذا المجال ، ان الاطفال صغار السن والصبية يكتسبوا الكثير من العادات السلوكية والالفاظ اللغوية تميل فى جانبها الاكبر الى النمط الحضرى وتأخذ طابعا أكثر تحررا فى العلاقات الاجتماعية وبالذات العلاقة بين الولد والبنت على النحو الذى تروج له اجهزة الاعلام ويبتعد كثيرا عن العادات والتقاليد الريفية .

٤ — لعبت اجهزة الاتصال دورا كبيرا فى مجال تحول الانماط الاستهلاكية والعادات الغذائية للأسرة الريفية وعرف الفلاح المصري من خلال الاجهزة وبالذات لعلاناتها التجارية الكثير من المشروبات والأطعمة والمقتنيات لم يكن يألفها او معتاد عليها من قبل .

ج) المستوى الفـــردى :

اظهر البحث فى هذا المستوى ان هناك تحسن واضح وملحوظ فى مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية ، وارتفاع قدرة العديد من الفئات فى القرية على الاتصال واجراء الحوار وابداء الرأى فى المسائل المعروضة . وخلص البحث فى هذا الجانب الى ان اجهزة الاتصال ساهمت مع متغيرات اخرى هامة كالتعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجى . الخ فى هذا الانفتاح فى شخصية القرويين .

١٢ — يتكون بنـــاء الاتصال الجالى فى القرية المصرية من ثلاثة مكونات اساسية : **قنوات الاتصال الجماهيرى (المركزية والمحلية)** ومركزها بالغ الضعف والسوء ، سواء من حيث الصوره الذهنية ، او درجة اعتماد القرويين عليها فى تصريف شئون حياتهم اليومية او تلبية احتياجاتهم الاعلامية باستثناء الاحتياج الترفيهى . **وقنوات الاتصال الشخصى الرسمى** ، وقـــد تقلص دورها وفاعليتها بفعل متغيرات عديدة شهدتها القرية المصرية فى الحقبة الاخيرة (كالتعليم والانفتاح والهجرة وادوات الاتصال) فضـــلا عن ان الصورة الذهنية والمكانة التى كان يحظى بها القائمون بالاتصال فى هذه القنوات لم تعد ايجابية وراسخة ، كما كان الحال من قبل ، **وقنوات الاتصال الشخصى الطبيعى او العادى بين الافراد** ، وهذه اصبحت اكثر نشاطا وحيوية بالقرية بتحسن قدرات العديد من الافراد على الاتصال ، بفعل المتغيرات الموضوعية التى شهدتها القرية المصرية . وتتسم العلاقة بين المكونات الثلاثة بالضعف وعدم التجانس وتسير ناحية التباعد والانفصال . مما يجعل النظام الاتصالى بالقرية مترهل وعاجز وعرضة للاختراق سواء من خلال البث الأجنبى المباشر ، او ترويج الشائعات والاقاويل والدعاية المغرضة والمثيرة للحقد والفتن من خلال قنوات الاتصال الشخصى الطبيعى التى اصبح لها السيادة فى بناء الاتصال الراهن بالقرية .

١٣ — على ضوء المعطيات السابقة وما توصل اليه هذا البحث من حقائق يمكن تصور مستقبل النظام الاتصالى فى القرية المصرية ، وفقا للسيناريوهات التاليـــــة :

ا) فى حالة استمرارية الأوضاع الراهنة ، فان الهوة بين مكونات بنيــة الاتصال الحالية تتجه نحو المزيد من التباعد والانفصال ، مما يدفع القرويين فى اتجاه اقامة نظامهم الاتصالى الخاص والمستقل عن نظام الاتصال الرسمى بقنواته الجماهيرية والشخصية وذلك بمساعدة تكنولوجيا الاتصال الصغيرة .

ب) فى حالة ادخال بعض التحسينات على اداء قنوات الاتصال الجماهيرى بادخال تحسين على برامجها وزيادة حيز اهتمامها بالقطاع الريفى، مع استمرارية الظروف الموضوعية الراهنـــة بجوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية دون التدخل ببرنامج تنموى طموح يستهدف تغييرها الى الأفضل ولصـــالح اعادة بناء القرية المصرية ، فان النظام الاتصالى سيظل عاجزا وقاصرا عن تلبية الاحتياجات الاعلامية للقرويين كما هو الوضع القائم حاليا .

جـ) فى حالة تنفيذ برنامج تنموى متكامل وغير متحيز يتصدى فى الأساس للقضايا والمشكلات الحقيقية التى تعانى منها القرية المصرية، ويأخذ فى الاعتبار مصالح واهتمامات الغالبية المنتجة بالقرية ، واقامة نسق للاتصال الجماهيرى المحلى (صحافة ، اذاعة ، تليفزيون) يعمـــل بالتعاون والتنسيق مع قنـــوات الاتصال الشخصى فى اطار خطة التنمية المشار اليها ، فان بناء الاتصال سيعاود تماسكه وتزداد فاعليته فى احداث التغيير بالقرية المصرية بالصورة المنشودة .

قائمة المراجـــع

أولا : المراجـــع العربيـــة :

١ — **ابراهيم امام** ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، القاهـــرة ، مكتبة الانجلو المصـــرية ، ١٩٨١

٢ — **ابراهيم السمان** ، تعامل غير متوازن ، مجلة العربى ، مايو ، ١٩٨١

٣ — **احمد ابوزيد** ، **الاتصال** ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠

٤ — **أحمد بدر** ، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية ، الكويت ، وكالة المطبـــوعات ، ١٩٨٢

٥ — **اريك بارنو** ، الاتصـــال بالجماهير ، ترجمة صلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠

٦ — **انشراح الشال** ، مدخل فى علم الاجتماع الاعلامى ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥

٧ — **انطوان زحلان** ، الشروط الواجب توافرها لمشاركة عربية فى التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربى ، عمان ١٩٨٦

٨ — **المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام** ، حول الملامح العـــامة لاستراتيجية الثقافة ، الدورة الثالثة ، يونيو ، ١٩٨٢

٩ — **المجالس القومية المتخصصة** ، تقرير المجلس القومى للثقافة والآداب والاعلام ، الدورة السادسة ، يونيو ، ١٩٨٥

١٠ — **ساميه محمد جابر** ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ، الاسكندرية دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤

١١ — **سعد لبيب** ، الامن الثقافى فى مجال العمـــل الاذاعى ، مجلة دراسات اعلامية ، اكتوبر / نوفمبر ، ١٩٨٧ م

١٢ — **سمير حسين** ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادىء ، القـــاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٦

١٣ — **سمير حسين** ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، عالم الكتب ١٩٨٤

١٤ — **سيد عويس** ، علم الاجتماع في المجتمعات النامية بين التبعية والاستقلال في : اشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربي ، مؤلف جماعي ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤

١٥ — **جلال امين** ، بعض مظاهر التبعية الفكرية في الدراسات الاجتماعية في العالم الثالث ، ندوة اشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربي ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤

١٦ — **جلال مدبولي** ، الاجتماع الثقافي ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ١٩٨٦

١٧ — **جيهان رشتي** ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٧٨

١٨ — **حامد عمار** ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكر العربي ، مارس ١٩٨٦

١٩ — **حامد ربيع** ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز ابحاث منظمة التحرير الفلسطينية ، بيروت ، ١٩٧٠

٢٠ — **حسن الكاشف** ، تعريف الثقافة ، دراسة ميدانية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام في مصر ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣

٢١ — **حسين حمدى الطوبجي** ، التكنولوجيا والتربية، الكويت، دار القلم، ١٩٧٨

٢٢ — **حسين فوزى النجار** ، الاعلام المعاصر ، سلسلة اقرا يناير ، ١٩٨٤

٢٣ — **حمدى قنديل** ، الابعاد الدولية لاستخدامات الاقمار الصناعية ،منتدى الفكر العربي ، عمان ، ١٩٨٦

٢٤ — **خالد رشيد** ، الاعلام العربي واقعه وابعاده ومستقبله ، بغداد ، دار الحرية ، ١٩٨١

٢٥ — **خليل صابات** ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦

٢٦ — **ديفيد ويفر وكريستين ادغان** ، نظرة عامة على الاعلام والتنمية ، ترجمة منى الطاهر ، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة ، ١٩٨٥

٢٧ — **زيدان عبد الباقي** ، وسائل واساليب الاتصال ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، ١٩٧٩

٢٨ — **شاهيناز طلعت** ، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠.

٢٩ — **شون ماكبرايد وآخرون** ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١

٣٠ — **صلاح عبد المتعال** ، التنمية الثقافيــة بين اتصال المشاركة والاعــلام الجماهيرى ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية واجنائية ، مايو ١٩٨٣

٣١ — **صلاح قنصوه** ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية مايو ، ١٩٨٣

٣٢ — **طلعت منصور** ، سيكلوجية الاتصال ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر العددالثــانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠

٣٣ — **طه محمود طه** ، وسائل الاتصال الحديثة ، عالم الغد ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثــانى ، سبتمبر ، ١٩٨١

٣٤ — **عادل حسين** ، الاقتصاد المصرى بين الاستقلال والتبعية ، الجزء الأول والثانى ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢

٣٥ — **عبد الغفار رشاد** ، دراسات فى الاتصال ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ١٩٨٤

٣٦ — **عبد القادر حاتم** ، الاعلام والدعاية ، القاهرة ، الانجلو المصرية ، ١٩٧٢

٣٧ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية (رسالة دكتوراه) كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧

٣٨ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، الاعــلام وهجرة المصريين ، القاهرة ، مكتبــة النهضة المصرية ، ١٩٨٩

٣٩ — **عبدالفتاح عبد النبى** ، سسيولوجيا الخبر الصحفى ، القــــاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩

٤٠ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراســة اعدت فى اطار بحث الاعلام ، ومستقبل القرية المصرية ، الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، (تحت الطبع)

٤١ — **عبد الهادى سويفى** ، دور الدولة فى تنظيم نقــل التكنولوجيا فى ظل الاقتصاد المختلط ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن للاقتصاديين المصريين مايو ١٩٨٣ .

٤٢ — **عبد الله الخريجى** ، الضبط الاجتماعى ، دار الشروق ، جده ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٧٩ .

٤٣ — **عفيفى عواد** ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ .

٤٤ — **عواطف عبد الرحمن** ، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية فى العالم الثالث، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

٤٥ — **على فهمى** ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مايو ١٩٨٣ .

٤٦ — **فرج الكامل** ، تأثير وسائل الاتصال ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٥ .

٤٧ — **فرنسيس بال** ، وسائل الاعلام فى الدول النامية ، ترجمة حسين العودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعلام ، ١٩٨٢ .

٤٨ — فؤاد زكريا ، اراء نقدية فى مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ .

٤٩ — **فؤاد زكريا وشاكر مصطفى** ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت ١٩٨٨ .

٥٠ — **فلاح سعيد جبر** ، مشاكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ .

٥١ — **كمال المنوفى** ، وسائل الاعلام الصغيرة ، وحياة المصريين فى القرى ، المجلة الاجتماعية القومية ، سبتمبر ١٩٨٢ .

٥٢ — مجموعة الدراسات والبحوث التى قدمت فى اجتماع خبراء بحوث الاعلام فى الوطن العربى ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ، ديسمبر ، ١٩٧٨ .

٥٣ — **مجلس الشورى** ، تقرير لجنة الخدمات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للانسان المصرى ، دورة الانعقاد العادى السادس ، ديسمبر ، ١٩٨٥ .

٥٤ — **محمد احمد خلف الله** ، الدين كركيزة للثقافة العربية ، الحلقة الدراسية الثالثة للبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ١٩٨٣ .

٥٥ — **محمد الجوهري** ، الانثروبولوجيا ، ط ١ ، دار المعارف ، ١٩٨٠ .

٥٦ — **محمد عبد القادر احمد** ، دور الاعلام فى التنمية ، العراق ، منشورات وزارة الثقافة ، ١٩٨٢ .

٥٧ — **محمود عودة** ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، القاهرة ، مكتبة سعيد رأفت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ .

٥٨ — **مختـــار الصحاح** ، مكتبة مصطفى الباب الحلبى ، القاهرة ١٩٥٠.

٥٩ — **منتدى الفكر العربى** ، القمر الصناعى العربى ، بين مشكلات الأرض وامكانات الفضـــاء ، عمـــان ، ١٩٨٦

٦٠ — **نادية سالم** ، الهوة بين وسائل الاتصال والثقافة الشعبية ، الحلقة الدراســية الثالثــة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣

٦١ — **نادية ســالم** ، اثر اعلانات الصــحافة والتليفزيون على تغيير الذوق المصرى بعد سياسة الانفتاح الاقتصــادى ، المؤتمر الدولى التاسع للاحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكان ، المركز القومى للبحوث ، أبريل ، ١٩٨٤

٦٢ — **نجيب عيسى** ، مشكلة التكنولوجيا فى العالم الثالث ، الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧

٦٣ — **وليام ريفرز وآخرون** ، وسائل الاعلام فى المجتمع الحــديث ، ترجمــة ابراهيم امام ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١

٦٤ — **يوسف مرزوق** ، مدخل الى علم الاتصال ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨

ثانيـــا : المراجع الاجنبيـــة :

1. ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture, Macmillan Press, London, 1979.
2. Ball Pokeach, S. & Defleur ,M., Adependency Model of Mass Media effect's Communication Research, 3. 1976.
3. Berelson B., & Steiner, G., Mass Communication in Human Behaviour. Aninventory of Scientific findings, New York, Harcourt Brace & Worldinc., 1964.
4. Berlo, D., The Process of Communication : an introduction to theory and Practice. Holt, Rineart and Winston, N.Y. 1960.
5. Blumler, J. & Gurrevitch, M., The Political effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and the Media, Methuen, London, 1986.
6. Broddock, R., Extension of the Lasswell Formula, Journal of Communication. 1958.
7. Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David Mckay, 1975.
8. Deutsh, K., on Communication Models in the Social Sciences, Public opinion Quarterly. 1966.
9. Dewey, J.. Democracy and Education. an introduction to the Philossophy of Education, the Macmillan Company, N.Y., 1954.
10. Donohue, G., Tichenoer, P. & Olien, C.. Mass Media and Knowledge gap, Communication Research. 1975.
11. Elliott, P., Media organization and Occupation an Over View, in James Curran and other (eds) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold, 1982.
12. Festinger, L., Theory of Cognitive Dissonance. stanford, Calif. Stanford University Press, 1957.
13. Fiske, J., Introduction to Communication Studies, London, Nethuen, 1982.
14. Gerbner, G.. Toward a General Model of Communication, Audio-Visual Communication Review, 1956.

13\. Harik. J., Political Mobilization of Peasant Astady of an Egyptian Community, Indiana University Press, London, 1974.

16. Katz & Lazarsfeld, Personal Influence, Glencoe Free Press. 1955.

17. Klapper, J., The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.

18. Maxweber, the Theory of Social and Economic organization, New York. Oxford University Press, 1947.

19. Nccleod and other, Another Look at the agenda setting function of the Press, Communication Research, 1974.

20. Mccombs. M., & Shaw, D., the agenda setting function of Mass Media, public opinion Quarterly, 1972.

21. Mccombs, M., & Show, D.. Structuring the unseen environment of Communication, Spring, 1976.

22. McQuail & Windahl, Communication Models, Longman, London, 1981.

23. McQuail, D., Towards Asociology of Mass Communication, London, Collier Macmillan, 1980.

24. McQuail, D., Communication, London, N.Y., 1980.

25. Pye, Lucien, Communication and Political Development. Princeton, Princeton University Press, 1963.

26. Rogers, E., Communication and Development : The Passing of the Dominant Paradigm, e., Communication Research, 1970.

27. Sereno, K., & Nortensen, & Foundations of Communication Theory, N.Y., Harper & Raw, Pub., 1970.

28. Shannon C., & Weaver, W., the Mathematical Theory of Communication, Urbana University of Illinois Press, 1964.

29. Sorokin, Pitirin Society, Culture and Peronality, Harper & Brothers, N.Y., 1947.

30. Schramm W., Men Messages and Media. N.Y., Harpers & Raw Publishers, 1973.

المحتويات

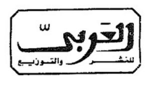
الموضـــوع	الصـــفحة

رقم الايداع ٧٩٤٧ / ١٩٩٠

ترقيم دولى ٩٠ — ١ — ٥٠٤٠ — ٩٧٧

المطبعــة التجــارية الحديثــة
٤٢ شارع ادريس راغب — الظاهر
تليفون ٩٠٣٣٦٤ القاهرة

الغلاف : أحمد اللباد



٦٠ شارع القصر العيني
أمام روزا اليوسف - القاهرة
ت : ٣٥٤٧٥٠٦٦ - ٣٥٥٤٥٢٩